

MarketingNews

Darstellung der Spendentätigkeit



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

gemeinsam sind wir stark – das ist die Devise der Genossenschaftsidee. Zahlreiche sächsische Wohnungsgenossenschaften engagieren sich im sozialen, kulturellen oder sportlichen Bereich und unterstützen mit Spenden oder in Form des Sponsoring Vereinen, lokale Veranstaltungen und Schulen sowie Kindergärten, denen meist für bestimmte Anlässe oder Aktionen die finanziellen Mittel fehlen. Sponsoring zählt heute zu den etablierten Instrumenten im Kommunikationsmix eines Unternehmens. In Deutschland wie auch weltweit hat kein anderes Kommunikationsinstrument so schnell an Bedeutung gewonnen.

Erste Sponsoring-Engagements fanden bereits in den 1960er-Jahren als Form der Schleichwerbung bei Sportveranstaltungen statt. Heute ist beispielsweise ein Fußballspiel ohne Bandenwerbung oder Trikotsponsoring nicht mehr vorstellbar. Denn Sponsoring zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass Zielgruppen erreicht werden, die mit herkömmlicher Werbung nur schwer erfasst werden können. Und neben dem guten Zweck dienen die Maßnahmen auch als Imagepflege für die Genossenschaft und dem Kontakt potentieller neuer Mitglieder.

Doch welche Rahmenbedingungen müssen bei der Unterstützung laut Satzung von den Wohnungsgenossenschaften eingehalten werden? Was ist steuerlich zu beachten? Auf diese Fragen wollen wir Ihnen in der ersten Ausgabe der MarketingNews in 2017 Antworten geben.

Ich wünsche Ihnen eine anregende und informative Lektüre sowie einen tollen Sommer!

Ihr Dr. Axel Viehweger
Vorstand des VSWG

Darstellung der Spendentätigkeit

Zahlreiche Wohnungsgenossenschaften engagieren sich im weitesten Sinne im sozialen und kulturellen Bereich und unterstützen mit Spenden z. B. Vereine. Dieses Engagement kann in mittelbarem oder unmittelbarem Bezug zum mitgliedschaftlichen Verhältnis eines Wohnungsnutzers bzw. Mitglieds stehen. So beschreibt es auch § 1 Abs.1 GenG.

Es muss aber in jedem Falle im Rahmen des Förderzwecks einer Wohnungsgenossenschaft ausgeführt werden. Das heißt damit auch, dass die Spendentätigkeit sich daran auszurichten hat.

Gerade bei der mittelbaren Förderung hat der Vorstand besonders darauf zu achten, sich im Rahmen des satzungsmäßigen Förderzwecks zu bewegen. An die Angemessenheit sind besonders hohe Anforderungen zu stellen.

Bei Genossenschaften ergibt sich der Förderrahmen aus dem genossenschaftlichen Förderzweck, der in der Satzung beschrieben sein muss. Bei Wohnungsgenossenschaften beinhaltet die Förderung der Mitglieder als Hauptzweck die gute, sichere und sozial verantwortbare Wohnraumversorgung (so § 2 der GdW-Mustersatzung). Nebenzweck ist dabei auch die Verfolgung von ideellen oder karitativen Zwecken, wenn dies in sachlichem Bezug zum Hauptzweck steht, wie z. B. die Unterstützung von Vereinen mit sozialer Ausrichtung zur Unterstützung älterer Mitglieder.

Der Förderzweck gibt somit grundsätzlich den Spielraum des Vorstandshandelns vor und definiert seine Geschäftsführungsbefugnis. Damit gilt als Leitgedanke für das Vorstandshandeln: Je allgemeiner der Wortlaut der Satzung, desto größer der Handlungsspielraum, je konkreter der Satzungswortlaut, desto geringer der Rahmen des Ermessens. In der Regel ist der Wortlaut der Satzungen unserer Mitgliedsgenossenschaften an der relativ weit gefassten Satzungsregelung der Mustersatzung orientiert. Dies ist somit auch bei der Überlegung, an wen gespendet werden soll, zu beachten.

Spenden zählen nach § 9 Abs. 1 Nr. 2 KStG zu den abziehbaren Aufwendungen. Dies zugrunde gelegt, kann eine Spendentätigkeit unter dem Aspekt der Erfüllung des Förderzwecks wie folgt bewertet werden:

- **Unterstützung von Vereinen zur Unterstützung sozialer Belange**

Spendentätigkeit in Bezug auf zielgruppenspezifische Angebote für ältere und/oder pflege- bzw. betreuung bedürftige Mitglieder und junge Familien → unmittelbare Förderung im Rahmen der Förderung der sozialen Belange der Mitglieder nach § 1 Abs. 1 GenG und § 1 Abs. 2 der (Muster)satzung

- **Unterstützung von Schulen und Kindergärten sowohl im Wohn- als auch im Stadtgebiet**

Schulen und Kindergärten im Wohngebiet: Schaffung, Erhaltung, Betrieb von Gemeinschaftseinrichtungen zugunsten der Mitglieder → unmittelbare Förderung im Rahmen der Förderung der sozialen Belange der Mitglieder nach § 1 Abs. 1 GenG und § 1 Abs. 2 der (Muster)satzung

Schulen und Kindergärten im Stadtgebiet: Zukommen von wirtschaftlichen Vorteilen an die Mitglieder im Rahmen von Marketing bzw. regionaler Imagepflege für die Genossenschaft → mittelbare Förderung

- **Unterstützung von Sportvereinen**

Spendentätigkeit zur Schaffung, Erhaltung und Betrieb von Freizeiteinrichtungen zugunsten der Mitglieder → unmittelbare Förderung im Rahmen der Förderung der sozialen Belange der Mitglieder nach § 1 Abs. 1 GenG und § 1 Abs. 2 der (Muster)satzung

Sportvereine im Stadtgebiet: Zukommen von wirtschaftlichen Vorteilen an die Mitglieder im Rahmen von Marketing bzw. regionaler Imagepflege für die Genossenschaft → mittelbare Förderung

- **Unterstützung von Musikvereinen**

Spendentätigkeit zur Schaffung, Erhaltung, Betrieb von Freizeiteinrichtungen zugunsten der Mitglieder
→ unmittelbare Förderung im Rahmen der Förderung der sozialen Belange der Mitglieder nach § 1 Abs. 1 GenG und § 1 Abs. 2 der (Muster)satzung

Spendentätigkeit zur Unterstützung von Musikvereinen ohne direkten örtlichen Bezug zur Genossenschaft: Zukommen von wirtschaftlichen Vorteilen an die Mitglieder im Rahmen von Marketing bzw. regionaler Imagepflege für die Genossenschaft → mittelbare Förderung

- **Unterstützung des Baus und der Erhaltung von Sport- und Spielplätze gemeinsam mit der Kommune**

Spendentätigkeit zur Schaffung, Erhaltung, Betrieb von Freizeiteinrichtungen zugunsten der Mitglieder
→ unmittelbare Förderung im Rahmen der Förderung der sozialen Belange der Mitglieder nach § 1 Abs. 1 GenG und § 1 Abs. 2 der (Muster)satzung

- **Unterstützung von städtischen Veranstaltungen**

Spendentätigkeit zur Schaffung von Kulturveranstaltungen mit regionalem Bezug mit Teilnahmemöglichkeiten für Mitglieder → unmittelbare Förderung im Rahmen der Förderung der sozialen Belange der Mitglieder nach § 1 Abs. 1 GenG und § 1 Abs. 2 der (Muster)satzung

Spendentätigkeit zur Verschaffung von wirtschaftlichen Vorteilen an die Mitglieder im Rahmen von Marketing bzw. regionaler Imagepflege für die Genossenschaft → mittelbare Förderung

- **Unterstützung von kulturellen Veranstaltungen**

Spendentätigkeit zur Schaffung von Kulturveranstaltungen mit regionalem Bezug mit Teilnahmemöglichkeiten für Mitglieder → unmittelbare Förderung im Rahmen der Förderung der sozialen Belange der Mitglieder nach § 1 Abs. 1 GenG und § 1 Abs. 2 der (Muster)satzung

Verschaffung von wirtschaftlichen Vorteilen an die Mitglieder durch Spendentätigkeit im Rahmen von Marketing bzw. regionaler Imagepflege für die Genossenschaft → mittelbare Förderung

- **Unterstützung von Veranstaltungen, Vereinen, Aktionen durch Personal der Genossenschaft**

Spendentätigkeit zur Unterstützung von zielgruppenspezifischen Angeboten für ältere und/oder pflege- bzw. betreuungsbedürftige Mitglieder und junge Familien → unmittelbare Förderung im Rahmen der Förderung der sozialen Belange der Mitglieder nach § 1 Abs. 1 GenG und § 1 Abs. 2 der (Muster)satzung

- **Unterstützung von Wohlfahrtsverbänden**

Spendentätigkeit zur Unterstützung von zielgruppenspezifischen Angeboten für ältere und/oder pflege- bzw. betreuungsbedürftige Mitglieder und junge Familien → unmittelbare Förderung im Rahmen der Förderung der sozialen Belange der Mitglieder nach § 1 Abs. 1 GenG und § 1 Abs. 2 der (Muster)satzung

- **Unterstützung von Hilfsprojekten der DESWOS**

Spendentätigkeit zur Verschaffung von wirtschaftlichen Vorteilen an die Mitglieder im Rahmen von Marketing bzw. übergeordneter Imagepflege für die Genossenschaft und Förderung des genossenschaftlichen Gedankens
→ mittelbare Förderung

- **Unterstützung politischer Parteien oder parteinaher Einrichtungen**

keine mittelbare Förderung, da in keinerlei Bezug zur Förderung der Mitglieder stehend

Darstellung von Sponsoring

Unter Sponsoring versteht man die Förderung von Einzelpersonen, einer Personengruppe, Organisationen oder Veranstaltungen in Form von Geld-, Sach- und Dienstleistungen mit der Erwartung, eine die eigenen Kommunikations- und Marketingziele unterstützende Gegenleistung zu erhalten.

Wohnungsgenossenschaften unterstützen gezielt – z. B. in den Bereichen Sport und Kultur – Personen, Organisationen und Vereine, um Teilnehmern und Zuschauern das wohnungsgenossenschaftliche Angebot an Dienstleistungen zu vermitteln. Weiter soll durch Sponsorentätigkeit die Steigerung bzw. Pflege des Images, die Kontaktpflege zu potentiellen Mitgliedern und Mietern, Händlern und Partnern sowie die Darstellung von sozialem Engagement bezweckt werden.

Steuerlich ist zu beachten, dass Aufwendungen des Sponsors dann Betriebsausgaben sind, wenn der Sponsor wirtschaftliche Vorteile, die insbesondere in der Sicherung oder Erhöhung seines unternehmerischen Ansehens liegen können, für sein Unternehmen erstrebt oder für Produkte seines Unternehmens werben will. Das ist insbesondere der Fall, wenn der Empfänger der Leistungen auf Plakaten, Veranstaltungshinweisen, in Ausstellungskatalogen, auf den von ihm benutzten Fahrzeugen oder anderen Gegenständen auf das Unternehmen oder auf die Produkte des Sponsors werbewirksam hinweist.

Für die Berücksichtigung als Betriebsausgaben kommt es nicht darauf an, ob die Leistungen notwendig, üblich oder zweckmäßig sind; die Aufwendungen dürfen auch dann als Betriebsausgaben abgezogen werden, wenn die Geld- oder Sachleistungen des Sponsors und die erstrebten Werbeziele für das Unternehmen nicht gleichwertig sind. Bei einem gravierenden Missverhältnis zwischen den Leistungen des Sponsors und dem erstrebten wirtschaftlichen Vorteil ist der Betriebsausgabenabzug allerdings zu versagen.



Medien-Sponsoring als Win-win-Instrument

Die Gründe für ein Medien-Sponsoring sind vielfältig, ebenso wie die Gestaltungsmöglichkeiten. Die Voraussetzung für eine effektvolle Wirkung im Sinne der Kommunikationsstrategie sind zunächst die klaren Antworten auf diese Fragen:

1. In welchem Medium sehen Sie Ihre Wohnungsgenossenschaft imagefördernd dargestellt?
2. Welches Medium berichtete über Ihre Genossenschaft in positivem Tenor?
3. In welchem Medium erreichen Sie Ihre Zielgruppe?
4. Wie hoch ist der gegenseitige Nutzen einer Kooperation?

Die Auswertung dieser Fragen wird Ihnen aufzeigen, mit welcher Zeitung, welchem Fachmagazin oder welchem Sender Sie das Gespräch aufnehmen sollten und wem Sie Ihre Sponsoring-Ideen darlegen könnten.

Medien-Sponsoring in den Printmedien

• Sonderbeilage als Themenheft

Viele Verlage bieten die Möglichkeit, eine Sonderbeilage beizufügen. Dabei ist es sinnvoll, immer über einen Sonderpreis zu sprechen.

Ihre Vorteile sind:

- Sie können Druckkosten senken und sparen Porto.
- Sie können das Themenheft zeitlich digital an Ihren Verteiler senden mit dem Hinweis auf die Veröffentlichung in der Zeitung.
- Sie können auf Ihrer Homepage mit dem Sonderheft werben.
- Sie erreichen eine breite Leserschaft und demonstrieren darüber hinaus mit der Sonderbeilage in Ihrer Zeitung eine höhere Glaubwürdigkeit als mit einem Flyer, wenn Sie die Beilage im journalistischen Stil – allerdings mit dem wörtlichen Zusatz „Anzeige“ – gestalten.

• Als Gastkommentator

Sie sagen zur Branchenentwicklung Ihre Meinung und werden zum Kommentator aktueller Ereignisse, die Sie dem Leser mitteilen.

Ihre Vorteile sind:

- Sie werden von den Lesern als Experte wahrgenommen.
- Mit einer ausführlichen Autorenzeile am Ende des Beitrages werben Sie für Ihre Genossenschaft.
- Das Vertrauensverhältnis und die Zusammenarbeit mit der Redaktion stärken sich mit jeder neuen Veröffentlichung.

• Expertenrat und Hotline

Jede Redaktion pflegt einen Experten-Pool, so wie Sie Ihren Journalistenverteiler pflegen. Bieten Sie in einem persönlichen Gespräch Ihre Expertise zu bestimmten Themenschwerpunkten an.

Ihre Vorteile sind:

- Sie pflegen einen direkten Kontakt im Gespräch zu Ihren Lesern.
- Sie werden namentlich und mit Hinweisen auf Ihre Genossenschaft in der Zeitung beworben.
- Sie erschließen sich eine breitere Zielgruppe.

Von der Theorie zur Praxis – Beispiele

Sponsoring in der Sächsischen Wohnungsgenossenschaft Dresden eG

„Wir machen schon immer Sponsoring“ ist das Erste, was mir zum Thema einfällt. Und das ist tatsächlich so, zeigt eine kurze Stichprobe der vergangenen Jahre. Es ist mal mehr, mal ein bisschen weniger, aber im fünfstelligen Bereich bewegen wir uns jährlich. Nicht eingerechnet kleinere Sachspenden, wie Give Aways, die immer gerne für Tombolas bei Vereinsfesten sowie Kindergarten- und Schulfesten nachgefragt werden. Wir unterstützen mit unseren finanziellen Zuwendungen Einrichtungen und Vereine im sozialen, kulturellen und sportlichen Bereich. Wichtigstes Argument für eine positive Zusage ist bei uns immer die Wohngebietsnähe. Kindergärten, Schulen, kulturelle Einrichtungen, Sportvereine etc., die sich in unseren Wohngebieten befinden, unterstützen wir gerne. Dabei gehen wir davon aus, dass auch Genossenschaftsmitglieder bzw. deren Kinder Nutzer dieser Dinge sind und wir so letztendlich unseren Mitgliedern etwas Gutes tun können.

Natürlich gibt es auch Ausnahmen bei überregionalen Projekten, die uns besonders am Herzen liegen. So unterstützen wir seit vielen Jahren die DESWOS, Deutsche Entwicklungshilfe für Soziales Wohnungs- und Siedlungswesen e.V. und auch die DKMS, Deutsche Knochenmarkspenderdatei. Bei Sportvereinen werden die Mittel häufig zur Anschaffung neuer Trikotsätze für Turniermannschaften benötigt, aber auch zum Kauf von Sportgeräten oder zur Erneuerung von Sportanlagen. Im sozialen Bereich unterstützen wir Vereine, die sich um die Betreuung von Kindern und Jugendlichen kümmern. Wohngebietsvereine, die das Stadtteilleben und eine gute Nachbarschaft fördern und auch einen Seniorencomputerklub, der älteren Menschen den Umgang mit den digitalen Medien ermöglicht. Die kulturelle Schiene umfasst Vereine, die Theater- und Tanzangebote für Jedermann organisieren oder sich speziell der Inklusion von Menschen mit körperlicher oder geistiger Beeinträchtigung widmen. Auch Ausstellungen, Konzerte oder Gesprächskreise, die ehrenamtlich organisiert werden, spielen hier eine Rolle.

Zum Schluss noch ein Beispiel, das sicher nichts Außergewöhnliches ist, aber seit vielen Jahren für alle Beteiligten eine Win-Win-Situation bringt, mit der alle zufrieden und für die alle dankbar sind. Das Kinder- und Jugendhaus „Parkhaus“ im Dresdner Stadtteil Klotzsche veranstaltet jedes Jahr (natürlich neben ganz vielen anderen Sachen und Angeboten) eine große Faschingsparty, ein Hexenfeuer und eine Halloweenparty. Wir laden unsere Genossenschaftskinder dazu ein und sie erhalten von uns einen Gutschein für ein Getränk und was Leckeres vom Grill. Nach der Veranstaltung erhalten wir dann vom „Parkhaus“ die Rechnung für den tatsächlichen Verbrauch. Außerdem „sponsern“ wie den Eintritt (pro Kind 1,50 Euro) und dieses Geld geht direkt als Spende an das „Parkhaus“. Je nachdem, wie viele Besucher von uns da waren, kommen meistens so um die 150 Euro pro Veranstaltung zusammen. Für drei Veranstaltungen macht das ca. 450 Euro pro Jahr. Für das „Parkhaus“ wichtige finanzielle Mittel, um die vielen tollen Angebote durchführen zu können. Außerdem kommen durch unsere Werbung auch Kinder aus anderen Stadtteilen, die sonst nicht zum Einzugsgebiet des „Parkhauses“ gehören. Und für uns ist es eine ganz prima Gelegenheit, mit überschaubarem Aufwand unseren Genossenschaftskindern einen schönen Abend zu bieten.



Zukunftsfähig mit sozialer Verantwortung

Das soziale Engagement der Leipziger Wohnungsbau-Genossenschaft Kontakt am Beispiel des Jugend- & Altenhilfevereins

Sozial verantwortliches Handeln gehört seit jeher zu den Prinzipien der Wohnungsbau-Genossenschaft Kontakt aus Leipzig. Das entwickelt sich immer deutlicher zu einem Wettbewerbsvorteil. Denn die Aufgaben der Wohnungswirtschaft haben sich verändert. Bezahlbaren Wohnraum zu schaffen und zu erhalten, bleibt zwar weiterhin der Kern ihrer Leistung. Doch es wird immer wichtiger, die Wohnungen und das Umfeld an die sich verändernden demografischen und sozialen Strukturen anzupassen. Service-Leistungen rund um das Wohnen im Alter und soziales Quartiermanagement gewinnen in diesem Zusammenhang ebenfalls an Bedeutung.

Vor diesem Hintergrund sichert die WBG Kontakt seit mittlerweile 15 Jahren die Quartiersarbeit und das soziale Engagement des Jugend- und Altenhilfevereins durch ihre finanzielle, materielle und personelle Unterstützung. Der Jugend- und Altenhilfeverein muss für seine Vereinsarbeit und die Betreuung seiner Mitglieder einen erheblichen Anteil an Eigenmitteln aufbringen. Für einen großen Teil der Sachkosten sowie für den Ausbau des Vereinsangebotes müssen daher ständig neue Finanzierungswege gesucht werden, da es dem Verein leider nicht möglich ist, das Investitionsvolumen allein durch Mitgliedsbeiträge zu bestreiten.

In Zusammenarbeit mit dem eng mit der Genossenschaft verbundenen Jugend- und Altenhilfeverein bietet und vermittelt die WBG Kontakt für ihre Mitglieder und Mieter wohnungsnah Dienstleistungen, welche ein selbstständiges Wohnen auch im Alter ermöglichen. Dazu gehören beispielsweise:

- unterstützende Hilfsleistungen im Mietbereich,
- regelmäßige Erledigung von Lebensmitteleinkäufen,
- Hol-, Bringe- und Begleitsdienste bei Behördengängen, Arztbesuchen etc.,
- Begleitung für Senioren mit Pflegegrad zur Sicherung der gesellschaftlichen Teilhabe,
- Alltagsbegleiter-Projekt für Senioren.

Die enge Zusammenarbeit mit dem Jugend- und Altenhilfeverein hat der Genossenschaft jedoch auch gezeigt, dass es nicht ausschließlich um die Hilfestellung und Unterstützung im Alltag geht, sondern dass sich viele Menschen ebenso nach sozialen Kontakten und gesellschaftlicher Teilhabe sehnen. Die WBG Kontakt unterstützt daher auch die vielseitigen und generationsübergreifenden Bildungs-, Kultur-, Sport- und Kreativangebote des Jugend- und Altenhilfevereins. Mit diesen Freizeitangeboten möchte die Genossenschaft nicht nur den Austausch ihrer Mitglieder untereinander fördern, sondern auch das Gemeinschaftsgefühl stärken, welche für die gegenseitige Toleranz, das Verständnis für die Probleme des anderen und ein harmonisches Zusammenleben ausschlaggebend sind.

Die nachfolgend aufgeführten Beispiele zeigen einen kleinen Auszug aus den gemeinschaftlich mit dem Jugend- und Altenhilfeverein realisierten Projekten:

Geburtstage sollte man feiern!

Die WBG Kontakt pflegt beispielsweise bereits seit vielen Jahren die schöne Tradition, dass sie ihre Mitglieder ab ihrem 70. Geburtstag zu einer kleinen nachträglichen Geburtstagsfeier mit Kaffee, Kuchen und Unterhaltungsprogramm einlädt. Um die Organisation und liebevolle Ausrichtung der Geburtstagsfeiern kümmert sich mittlerweile komplett der Jugend- und Altenhilfeverein für die Genossenschaft. Gemeinsam mit einem ebenfalls zu den Feiern immer anwesenden Mitarbeiter der Genossenschaft, lässt das Vereinsteam diese Geburtstagsfeiern für die Seniorinnen und Senioren der WBG Kontakt zu einem geselligen und besonders schönen Nachmittag werden.



Ferienlager „Heide-Camp“

Im Rahmen der Zusammenarbeit mit dem Jugend- und Altenhilfevereins möchte die WBG Kontakt jedoch nicht nur bei den älteren, sondern auch bei den jüngeren Vereinsmitgliedern das Interesse für das genossenschaftliche Miteinander wecken. Die WBG Kontakt unterstützt den Verein daher auch bei der Umsetzung seiner vielfältigen Ferienangebote für Kinder. Ein besonderes Highlight stellt dabei das seit 2012 jährlich in den Sommerferien stattfindende „Heide-Camp“ dar. Das Angebot „Heide-Camp“ richtet sich vor allem an Kinder im Alter von 10 bis 14 Jahren aus finanziell benachteiligten, sozial schwachen Familien, die sich aufgrund ihrer Lebenslage oftmals keinen Urlaub in den Sommerferien leisten könnten. Im vergangenen Jahr genossen insgesamt 45 Kinder in jeweils zwei Durchgängen das fünftägige Zeltlager auf dem Feriengrundstück des Vereins in der Dübener Heide. Die WBG Kontakt stellte für das „Heide-Camp“ Fahrzeuge und Equipment, wie beispielsweise Zelte, Bierzeltgarnituren und Kühlschränke, zur Verfügung. Darüber hinaus fahren zur Betreuung der Ferienkinder jedes Jahr auch Mitarbeiter der Genossenschaft mit.



Von der Theorie zur Praxis – Beispiele

Fahr- und Begleitsdienste für Menschen mit Behinderung und Senioren!

Die WBG Kontakt unterstützte den Jugend- und Altenhilfeverein auch bei der Anschaffung eines seniorenen- und behindertengerechten Fahrzeuges, welches zur sicheren Beförderung von Rollstühlen über eine automatische Rampe und Bodenschienen verfügt. Da für die Teilnahme am öffentlichen Leben in einer Gesellschaft vor allem Mobilität ein entscheidender Faktor ist, steht der Fahrdienst des Vereins insbesondere für Senioren und Menschen mit Behinderung zur Verfügung. Die Fahr- und Begleitsdienste stehen auch für die Mitglieder der Genossenschaft zur Verfügung und ermöglichen nicht nur individuelle Besorgungen und das Wahrnehmen von Terminen, sondern auch die Beförderung zu Angeboten und Veranstaltungen des Jugend- & Altenhilfevereins und der Genossenschaft.

Jugend- und Altenhilfeverein

Knapp 600 sehr aktive Mitglieder aus allen Altersgruppen bereichern das tägliche Vereinsleben des gemeinnützigen Jugend- und Altenhilfevereins e.V., welcher an den Standorten Leipzig-Paunsdorf und Leipzig-Grünau über Vereinsräumlichkeiten verfügt. Da die Angebote des Vereins nicht nur für Mitglieder zugänglich sind, nutzen mittlerweile monatlich ca. 3.000 Menschen die Angebote des Vereins. Neben einer Vielzahl an Freizeitangeboten bietet der Verein auch Beratungs- und Informationsangebote sowie Hilfs- und Unterstützungsangebote an.

Tel. 0341 – 25 32 287
E-Mail: info@javleipzig.de
Web: www.javleipzig.de



WBG Kontakt

Mit rund 15.000 Wohnungen in Leipzig sowie Zwenkau und Böhlen ist die Wohnungsbau-Genossenschaft Kontakt e. G. die größte Wohnungsbau-Genossenschaft der Region. Markenzeichen der Kontakt e. G. sind die langfristig ausgelegte Geschäftspolitik, die starke Verbundenheit mit der Region sowie der herausragende Mieterservice. Dieser umfasst unter anderem Hilfe beim Umzug, einen Schlüsseldienst und einen eigenen Regiebetrieb mit über 100 Mitarbeitern.

Tel. 0341 – 26 75 100
E-Mail: info@wbg-kontakt.de
Web: www.wbg-kontakt.de

Der Redaktionsbeirat der MarketingNews und Ihre Ansprechpartner in der Region vor Ort sind:

Ines Godermajer
Marketingmanagement

Wohnungsbau-Genossenschaft Chemnitz West eG
Telefon: 0371 81500-36 Telefax: 0371 81500-30
E-Mail: ines.godermajer@wcw-chemnitz.de www.wcw-chemnitz.de

Katrin Papke
Leiterin Marketing

Sächsische WOHNUNGSGENOSSENSCHAFT Dresden eG
Telefon: 0351 85023-49 Telefax: 0351 85023-10
E-Mail: k.papke@swg-dresden.de www.swg-dresden.de

Mandy Immisch
Marketing

Wohnungsbau-Genossenschaft Kontakt eG
Telefon: 0341 2675-235 Telefax: 0341 2675220
E-Mail: m.immisch@wbg-kontakt.de www.wbg-kontakt.de

Herausgeber: Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., verantwortlich: Vivian Jakob
Antonstraße 37, 01097 Dresden, Telefon: 0351 80701-52, Telefax: 0351 80701-59, E-Mail: jakob@vswg.de

Erscheinungsweise: 2-mal jährlich Redaktionsschluss: Juni 2017
Quellennachweis: Praxisratgeber Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Gabler Wirtschaftslexikon