

QuartiersZeitung

Das kostenlose Informationsmedium für die Mieter der GWW

www.gww-wiesbaden.de / Ausgabe 02/2006

Liebe Leser,

wir werden regelmäßig nach unseren Plänen für die Wohnhäuser der GWW in Weidenborn gefragt – und das ist gut so! Wir sind sogar dankbar dafür, weil wir dadurch erfahren, wo möglicherweise der Schuh drückt und wie wir gegebenenfalls helfen können. Uns ist viel daran gelegen, unsere Mieter zeitnah und sachlich fundiert zu informieren. Aus diesem Grund halten wir Sie auch regelmäßig mit dieser Zeitung auf dem Laufenden. In der vorliegenden Ausgabe beschäftigen wir uns unter anderem mit der Altersstruktur der Bewohner in unseren Häusern. Daraus wird ersichtlich, dass dort viele bereits über einen sehr langen Zeitraum wohnen. Gerade ältere Menschen haben aber ganz eigene Bedürfnisse und Anforderungen an ihre Wohnungen. Wir erachten es deshalb als unsere Aufgabe, für diese Mieter entsprechende Angebote zu schaffen – eben damit sie in ihrer vertrauten Umgebung bleiben können und nicht wegziehen müssen.

Mathias Müller

Mathias Müller
Geschäftsführer der GWW Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH



Nachgefragt – Die Alltags-Engel ...

... und Dr. Helmut Georg Müller. Der Stadtkämmerer und Wirtschaftsdezernent von Wiesbaden erläutert im Gespräch mit der QZ-Redaktion die Idee der außergewöhnlichen Initiative, zu lesen ab Seite 4

Angeschaut – Im Viertel tut sich was ...

... das Wohnhaus in der Welschstraße 2 musste einem Neubau weichen. QZ sprach mit ehemaligen Mietern über ihre Erfahrungen beim Umzug. Trotz anfänglicher Bedenken lautet ihr Fazit: „Es hat sich gelohnt!“. Mehr dazu auf Seite 6

Gesucht – Ideengeber ...

... für eine Sachspende im Viertel. Erste Überlegungen für entsprechende Vorschläge wurden bereits von Bewohnern gemacht. Was sich „kleine und große Leut“ bisher ausgedacht haben und wie man sich noch engagieren kann, steht auf Seite 6

Einkaufswelten im Wandel der Zeit

Nahezu jeder erinnert sich noch an den Werbeslogan einer Elektronikhandelskette, die 2003 mit ihrer „Geiz ist geil“-Kampagne bundesweit für Schlagzeilen und zahlreiche Diskussionen sorgte. Der Spruch spiegelte den ungesunden Zeitgeist einer Gesellschaft wider, die zunehmend von einer wirtschaftlichen, sozialen und privaten Ellenbogenmentalität geprägt wurde, so der Haupttenor der Kritik. Geiz sei zudem eines der sieben Hauptlaster des (katholischen) Christentums. Geiz gelte als Motiv für eine Todsünde und dürfe folglich nicht positiv dargestellt werden, ergänzten die Kleriker. Inzwischen scheint der übertriebene Sparsamkeitszwang der Geschichte anzuhören. Zukunftsforscher prognostizieren einen neuen Trend: Der Preis ist nicht mehr allein der betörende Faktor. Die Käufer wollen auch umsorgt werden! Erste Handelsketten reagieren bereits mit neuen Konzepten auf diesen Wandel.



Tausch und Handel sind so alt wie die Menschheit selbst und mit fortschreitender Zivilisation haben sich auch die Handelsformen und -plätze verändert:

Früher boten Händler und Bauern ihre Waren noch unter freiem Himmel auf zentralen Marktplätzen feil. Mittlerweile gibt es in Deutschland über 280 Einkaufszentren mit einer Gesamtfläche von fast 10 Mio. m². Hinzu kommt noch eine Vielzahl kleinerer Ladengeschäfte in den



Innenstädten. Und sicherlich nicht zuletzt gibt es noch den virtuellen Handelsplatz im Internet, bei dem Kauflustige unabhängig vom Laden-

schluss rund um die Uhr bummeln gehen können. Der Handel befindet sich also in einem steten Wandel und ist somit auch immer ein Spiegel der gesellschaftlichen Entwicklung. Besonders deutlich wird dies am Beispiel der Discounter.

Discounter unter Druck

Die Stimmungslage in der Bevölkerung war in den letzten Jahren stark durch die konjunkturelle Situation Deutschlands beeinflusst. Die wachsende Angst vor dem Verlust des eigenen Arbeitsplatzes und der teilweise fehlende Glaube an wirkungsvolle Lösungen haben viele Menschen verunsichert. Die Folge: Größere Anschaffungen wurden erst einmal verschoben. Sparen war wieder en vogue, die Schnäppchenjagd in. Geiz war plötzlich geil. Der Preis einer Ware war fast zum einzigen Differenzierungsfaktor geworden. Billig- und Discount-Supermärkte schossen allorts wie Pilze aus dem Boden. Doch leider hat sich dies nur in den seltensten Fällen positiv auf die Handelslandschaft ausgewirkt. Traditionelle, oftmals inhabergeführte Geschäfte verschwanden immer mehr von der Bildfläche.





Der Einsatz moderner Technologien im Handel ist aus Sicht der Unternehmen ein entscheidender Wettbewerbsfaktor. Kunden des Future Store in Rheinberg testen den Personal Shopping Assistant.

Discount-Supermärkte haben einen massiven Verdrängungswettbewerb eingeleitet, dem sie allerdings mehr und mehr selbst zum Opfer fallen. So sehen es zumindest die Trend- und Zukunftsforscher. Als einer der bekanntesten und einflussreichsten Vertreter dieser Zukunft gilt Matthias Horx.

Der Gründer des Zukunftsinstituts, Kelkheim, beschäftigt sich mit der Analyse und Darstellung fundamentaler Zukunftsentwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Alltagskultur. „Die Zeiten, in denen die Leute zu tausenden die Computer von Aldi wegschleppten, sind vorbei“, so Horx in einem Gespräch über Trends in der Konsumgesellschaft. Firmen, die die billige Elektronik produzieren, verzeichnen erhebliche Umsatzeinbußen. Der renommierte Zukunftsforscher führt dies vor allem auf den mangelnden Service der Discounter zurück: Viele Fragen der Käufer blieben von den Billigketten häufig unbeantwortet. Es kümmere sich keiner darum, wie das angebotene Gerät denn nun funktioniert. Oder wer es im Fall der Fälle auch repariert. Die Zeiten, in denen Kunden gnadenlos nur nach dem Preis kauften und sich die Ware lediglich abholen würden, seien vorbei, meint Matthias Horx. Der Verkauf über die Palette hat seinen Zenit erreicht, möglicherweise sogar schon überschritten.

Im Kommen: der intelligente Supermarkt

Zukunftsforschung bedeutet nicht, einen Blick in die Glaskugel zu werfen. Zukunftsforschung bedeutet vielmehr, sich mit den Anzeichen für mögliche Zukunftsszenarien frühzeitig auseinander zu setzen – denn die meisten davon zeichnen sich bereits in der Gegenwart ab. Discounter wie Aldi, Lidl & Co. bleiben zunehmend auf ihrer Aktionsware sitzen. Und den Slogan „Geiz ist geil“ will kaum einer noch hören.

Was schließen die Forscher daraus? Vereinfacht gesagt: Übertriebene Sparsamkeit war gestern. Service, Lebensgefühl und Mehrwert sind von den Kunden gefragt. Der Preis wird zwar nach wie vor bei der Kaufentscheidung eine wichtige Rolle spielen, aber eben nicht mehr die Hauptrolle, lautet auch das Fazit einer aktuellen IBM-Studie zum

Thema „Einkaufserlebnis der Zukunft“. „Immer mehr Unternehmen im Einzelhandel versuchen, mit innovativen Ideen auf die Wünsche ihrer Kunden einzugehen“, so das Ergebnis der Befragung führender Einzelhandelsunternehmen in Nordamerika und Europa, die im Rahmen der Studie durchgeführt wurde. Doch wie sieht nun das Geschäft der Zukunft aus? Welche Ideen finden tatsächlich Anklang? Was ist nur ein Spleen und was ist eine wirklich gute Idee? Fest steht schon jetzt: An der Technik führt kein Weg vorbei. Der intelligente Supermarkt wird kommen. Metro und EDEKA haben bereits erste Versuche gestartet, mögliche Ladenkonzepte der Zukunft auf ihre Akzeptanz zu testen. Beide Unternehmen gehen dabei völlig unterschiedliche Wege.

Erste Beispiele im Test

„Supermarkt der Generationen“ heißt beispielsweise der neue Vertriebstyp der EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen SB Handelsgesellschaft Sachsen/Thüringen mbH. Am Sitz des Unternehmens in Chemnitz eröffnete Mitte Dezember 2004 in der Flemmingstraße ein Einkaufsmarkt, der nach Angaben von EDEKA „besonders soziale Aspekte berücksichtigt“ und „die Vorstellungen aller gesellschaftlichen Gruppen erfüllt“. Angesprochen werden explizit Mütter mit Kindern, Senioren, Singles sowie Behinderte – also eigentlich alle Kundengruppen, die auch in herkömmlichen Supermärkten einkaufen gehen.



Die Selbstzahlkasse wird von den Testkunden bereits gut angenommen.

Das Besondere an dem Konzept ist jedoch, dass die Inneneinrichtung des Ladens den unterschiedlichen Anforderungen der genannten Käuferschichten besser Rechnung trägt. So sind beispielsweise die Gänge deutlich breiter als üblich, damit auch Rollstuhlfahrer sich entsprechend frei bewegen können. Für ältere Menschen stehen Rollatoren bereit, mit deren Hilfe sie sich ebenfalls einfacher fortbewegen können. Zudem sind die Preisetiketten zwecks Lesbarkeit deutlich größer, für Sehbehinderte gibt es sogar eigens Lupen und sprechende Gemüse- bzw. Obstwagen. Für Blinde wurde ein Fußbodenleitsystem zur besseren Orientierung installiert und das Regalleitsystem zusätzlich in Brailleschrift abgefasst. Doch auch Alleinstehende sollen durch singlegerechte Abpackungen auf ihre Kosten kommen.



Zu den neuen Technologien gehört auch eine intelligente Waage, die Obst und Gemüse von selbst erkennt. Damit entfällt die Eingabe von Produktnummern.

Die Idee für das Konzept entstand durch die Rahmenbedingung am Standort: 60 % der Einwohner des Einzugsgebietes sind Senioren und in unmittelbarer Nachbarschaft befindet sich das Sächsische Förderzentrum für Blinde und Sehbehinderte Chemnitz. Durch jährliche Kundenforen will EDEKA das Konzept kontinuierlich weiterentwickeln und den veränderten Kundenbedürfnissen anpassen. Der zentrale Aspekt dabei ist, dem Kunden in erster Linie ein Mehr an Betreuung, ein Mehr an Menschlichkeit und des Sich-Kümmerns zu bieten. Über sechs Geschäfte dieser Art wurden von EDEKA bereits eröffnet und es ist angesichts der demografischen Entwicklung davon auszugehen, dass es bei dieser Anzahl nicht bleibt.

Einen anderen Schwerpunkt setzt die METRO AG, Düsseldorf. Bei ihrer Idee für den Future Store, der im Frühjahr 2003 in Rheinberg bei Duisburg eröffnete, setzt der Handelsriese voll und ganz auf Technologie. Das selbst erklärte Ziel lautet, „durch den Einsatz neuer Technologien das Einkaufen für den

Kunden einfacher zu gestalten.“ Dabei kooperiert METRO mit über 60 Unternehmen aus der IT- und Konsumgüterindustrie sowie verschiedenen Dienstleistern. Mit dabei sind unter anderem IBM, eine Telekom-Tochter, Intel und SAP. Gemeinsam wollen sie Konzepte für den Handel von morgen und Impulse für den technologischen Wandel im Einzelhandel geben.

Und die Kundenbefragungen der Unternehmensberatung Boston Consulting Group bestätigen, dass die Initiative offensichtlich auf dem richtigen Weg ist: Die angebotenen Technologien haben inzwischen einen festen Platz im Einkaufs-Alltag der Kunden eingenommen – auch wenn sie teilweise noch sehr gewöhnungsbedürftig sind. Um nur ein Beispiel zu erwähnen: Am Einkaufswagen befindet sich ein Kleincomputer, der als persönlicher Einkaufsberater Tipps zu

Angeboten gibt, den Standort von Artikeln anzeigt und den Bezahlvorgang deutlich beschleunigt. Intelligente Waagen, die die Produkte von selbst erkennen und auch noch sprechen können, gehören ebenso zu den technischen Innovationen wie die verschiedenen Infoterminals und Selbstzahlkassen.

„In diesem Extra-Verbrauchermarkt kann man schon heute das Einkaufen von morgen erleben“, äußerte sich Dr. Gerd Wolfram, Geschäftsführer der MGI METRO Group Information Technology GmbH. Im Schnitt besuchen 2.800 Kunden täglich diese Zukunftswerkstatt für eine neue Einkaufswelt. Zwar ist es bislang das erste Projekt des weltweit fünftgrößten Handelsunternehmens. Doch es soll nicht das letzte sein. Geplant ist, Teile der erprobten Technologien auch

in weiteren Märkten einzusetzen. Allem voran rufen die Selbstzahlkassen positive Kundenreaktionen hervor, weswegen bundesweit in rund 50 Real- und Extra-Märkten insgesamt 200 Kassen dieses Typs installiert werden sollen.

In Wiesbaden-Sonnenberg zahlt der Fingerabdruck

Zeit ist für viele inzwischen ein knappes Gut geworden. Aus diesem Grund legen Kunden nicht nur Wert auf eine zügige Bedienung, sondern auch auf kurze Wartezeiten an der Kasse. Auch der Supermarkt Dr. Noltes Frischecenter im Stadtteil Wiesbaden-Sonnenberg hat kürzlich ein Pilotprojekt gestartet, mit dem man dem Kunden den Bezahlvorgang deutlich erleichtern will.



Statt der EC- oder Geldkarte soll nur noch der Fingerabdruck genügen – vorausgesetzt, dieser wurde einmalig zusammen mit den persönlichen Daten und der Bankverbindung des Kunden erfasst. Ob und inwieweit diese Option von den Kunden angenommen wird und technisch reibungslos funktioniert, lässt sich auf Grund der Kürze der Testphase noch nicht hinreichend feststellen.

Unzweifelhaft ist aber, dass die rasche Weiterentwicklung neuer Technologien Chancen wie auch Risiken mit sich bringt und sich der stete Wandel im Handel langsam, aber unaufhaltsam vollzieht.

Nützliche Informationen zum Thema gibt es auch unter:

- www.future-store.org
- www.zukunftsinstitut.de
- „Wie wir leben werden – unsere Zukunft beginnt jetzt“ – Matthias Horx, Campus Verlag, 397 Seiten, 24,90 € ISBN 3-593-37777-2

Im Gespräch mit ...

Dr. Helmut Georg Müller (CDU). Der Stadtkämmerer und Wirtschaftsdezernent der Stadt Wiesbaden ist der Ideengeber der Initiative „Alltags-Engel“, die seit Anfang dieses Jahres an den Start gegangen ist. Die QZ-Redaktion wollte wissen, was sich dahinter verbirgt.

QZ: Herr Dr. Müller, derzeit sieht man zahlreiche Plakate in der Stadt, auf denen für die Alltags-Engel geworben wird. Sogar die Busse fahren teilweise mit den Werbeaufklebern der Engel herum. Was hat es damit auf sich?

Dr. Müller: Wie der Name schon vermuten lässt, handelt es sich dabei um eine beschäftigungspolitische Initiative. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, Menschen, die seit längerem ohne Beschäftigung sind, wieder eine Perspektive aufzuzeigen, und haben zusammen mit dem Personaldienstleister Randstad die „Alltags-Engel“ ins Leben gerufen.

QZ: Und was können die Alltags-Engel alles?

Dr. Müller: Sie können im Grunde bei fast allem, was in privaten Haushalten an Arbeit anfällt, helfen. Also zum Beispiel beim Frühjahrsputz, bei der Bügelwäsche, dem Unkrautzupfen oder beim Hundegassiführen ... kurz: bei allem, wozu man zwei flinke Hände benötigt, weil man es vielleicht gerade einmal nicht selbst machen kann.

QZ: Es handelt sich also um ein Dienstleistungsangebot, das sich an Privatleute richtet?

Dr. Müller: Genau. Wir wollen schließlich keine Konkurrenz zu bestehenden Angeboten des Handwerks schaffen. Bei den „Alltags-Engeln“ geht es ausschließlich um haushaltsnahe Dienste. Es kam sogar schon vor, dass ein Gegenspieler für eine Partie Schach gesucht wurde oder aber eine ältere Dame Hilfe beim Einkauf benötigte.

QZ: Kann sich das Otto Normalverbraucher denn auch leisten?

Dr. Müller: Ja! In dem Stundenlohn von 10,- € sind zudem alle Nebenkosten wie Versicherung, Sozialabgaben und Mehrwertsteuer enthalten. Der besondere Clou daran ist, dass sich 20 % der Kosten, bis maximal 600,- € im Jahr, auch noch steuerlich geltend machen lassen. Dieses Projekt ist deshalb wunderbar geeignet, die Schwarzarbeit zu bekämpfen.



Dr. Helmut Georg Müller
Der Ideengeber der Initiative
„Alltags-Engel“

QZ: Wie wird die Zielvorgabe, die Menschen wieder in ein regelmäßiges Arbeitsleben zu integrieren, erreicht?

Dr. Müller: Es gibt keine Leerzeiten. Wenn ein Alltags-Engel nicht im Einsatz ist, nimmt er an Weiterbildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen teil. Zudem gibt es Bewerbungstrainings – auch ein möglicher Eintritt in die Selbstständigkeit wird gezielt von Profis unterstützt, um die Chance auf eine Integration in den Arbeitsmarkt zu erhöhen.

QZ: Wonach werden die Teilnehmer, die für dieses Projekt in Frage kommen, ausgesucht?

Dr. Müller: Die Vorschläge kommen von unserer kommunalen Arbeitsvermittlung, die es seit kurzem als Service der Stadt gibt und die hervorragend gestartet ist. Im Rahmen von Bewerbungsgesprächen hat unser Projektpartner, der Personaldienstleister Randstad, die ersten 100 Mitarbeiter ausgewählt. In einem nächsten Schritt wurden die Kandidaten in einem Berufsorientierungstraining auf ihre persönliche Eignung geprüft. Im Anschluss gab es eine vierwöchige fachliche Qualifizierung, um die Teilnehmer auf die Einsätze in den Privathaushalten gut vorzubereiten. Nach dieser Phase erhielt jeder Teilnehmer ein Zertifikat und einen auf zwölf Monate befristeten – ganz normalen – Arbeitsvertrag bei Randstad. Ich habe selten so hoch motivierte Leute gesehen!

QZ: Wie hoch schätzen Sie die Erfolgsquote der Initiative?

Dr. Müller: Richtig glücklich wären wir erst bei 100 %, aber wir halten 40 % für realistisch. Endgültig werden wir das zwar erst wissen, wenn die Laufzeit des Projekts beendet ist – und das ist Ende 2007. Doch wir werden alles dafür tun, unsere eigenen Erwartungen selbst zu übertreffen.

QZ: Gestatten Sie abschließend noch ein Frage: Muss man sich als Auftraggeber eigentlich langfristig binden?

Dr. Müller: Nein. Es besteht durchaus die Möglichkeit, einen Alltags-Engel nur projektbezogen zu engagieren – also beispielsweise auch dann, wenn ein Behördengang ansteht und ein älterer Bürger dafür eine Begleitung sucht, kann er einen Alltags-Engel buchen.

QZ: Dr. Müller, herzlichen Dank für das Gespräch. Wir wünschen allen Beteiligten viel Erfolg.

Die fachliche Grundlage der Alltags-Engel

Das Bildungswerk der hessischen Wirtschaft bereitet theoretisch und praktisch für den Einsatz in privaten Haushalten vor. Die Qualifikation dauert vier Wochen und beinhaltet folgende Aspekte:

Arbeitsicherheit	Lebensmittel Ernährung	Raumpflege
Hygiene	Haushalt	Reinigung

Veranstaltungskalender

da + dort

Sommerferien 2006 (und ein Tipp)

Auch in diesem Jahr hat die Landeshauptstadt Wiesbaden wieder ein **buntes Sommerferien-Programm** für Kinder und Jugendliche zusammengestellt. Es besteht aus über 150 Angeboten. Um daran teilnehmen zu können, braucht man jedoch eine der insgesamt 3.000 Karten. Detaillierte Informationen, wie man noch eines der begehrten Tickets ergattern kann, gibt es unter [06 11-31 35 31](tel:0611313531).

(Ein **Tipp**: Das Programm für die Herbstferien erscheint Anfang September. Der Termin für die Ferienbörse, bei der man die Veranstaltungskarten erwerben kann, ist Sonntag, 17. September 2006 im Rathaus.)

17. Juli –
25. August

2 0 0 6

Auch in der vorliegenden Ausgabe der QuartiersZeitung stellen wir wieder ein paar Veranstaltungen vor, die teilweise schon eine feste Größe im Jahreskalender der Stadt Wiesbaden darstellen. Zudem wagen wir den Blick über die Stadtgrenze hinaus. Und nicht zuletzt verrät die QZ-Redaktion Ihnen noch einen ganz persönlichen Geheimtipp. Doch lesen Sie selbst, was Wiesbaden und die Region zu bieten haben.

Fasanerie Sommernacht

Um 18:30 Uhr startet die Benefizveranstaltung zugunsten der Fasanerie mit Künstlern des Hessischen Staatstheaters. Die Gäste können sich an Melodien aus Oper, Operette und Musical erfreuen. Doch auch kulinarische Genüsse sollen nicht zu kurz kommen. Die Karte für diesen Abend ist zwar mit 75,- € nicht gerade preiswert. Doch die Veranstaltung ist für einen guten Zweck: Sie kommt der Finanzierung der umfangreichen Bau- und Sanierungsmaßnahmen am Hofgut Fasanerie zugute.

15. Juli

2 0 0 6

Unser Geheim- tipp

Otzberg-Kräuter –
Die Genusspflanzengärtnerei

Burghart Koch-Seubert ist Kräuter- und Pflanzenliebhaber mit Leib & Seele, und das merkt man ihm und seinem Laden auch an. In seinem Garten in der Erich-Ollenhauer-Str. 87 b in Wiesbaden gibt es eine Auswahl von über 1.000 verschiedenen Genussgewächsen, die man alle erschmecken bzw. erschnuppern kann. Und die „freie Kräuterschule“ steht nicht nur bei Gourmets, sondern auch bei Schulklassen und Kindergärten hoch im Kurs.

Übrigens: Am 23. und 24. September findet man das Team von Otzberg-Kräuter auf dem Erntedankmarkt am Warmen Damm. Vorbeischnuppern lohnt sich!

Schloss in Flammen

Die **Bieblicher Schloss-Nacht** im vergangenen Jahr war ein voller Erfolg, an den die Veranstalter in diesem Jahr anknüpfen wollen. Den krönenden Abschluss bildet das fast 20-minütige Feuerwerk, das man sich quasi auch als Zaungast an einem der schönen Plätze vom Rheinufer aus anschauen kann.

16. Juli

2 0 0 6

Oestrich-Winkeler

Jazzwoche

10 Tage lang Jazz vom Feinsten in verschiedenen Weingütern.
Nähere Infos unter [0 67 23 - 992-150](tel:06723992150)

14. – 23. Juli

2 0 0 6

Anzeige

die Alltags
engel

Holen Sie sich die Helfer für Haus, Garten, Einkauf: Alles was anfällt für 10 € / Std. inkl. Steuern & Versicherung



Rufen Sie an:
06 11 / 9 90 17 60

Randstad
Langgasse 42
65183 Wiesbaden

www.Alltags-Engel.de



WIESBADEN

randstad
flexible work solutions

Eine Initiative der Landeshauptstadt Wiesbaden, Amt für Wirtschaft und Liegenschaften gemeinsam mit Randstad.

Rheingauer Weinwoche

An rund 115 Weintheken präsentieren sich zehn Tage lang rund um den Schlossplatz in Wiesbaden die Winzer der Stadt und der Region. Aneinander gereiht bilden die Stände die längste Weintheke der Welt. Nirgendwo sonst präsentiert sich ein Anbaugelände so geschlossen wie in diesen Tagen.

11. – 20. August

2 0 0 6

Taunusstraßenfest

Anwohner der legendären Antiquitätenmeile und engagierte Mitglieder der Initiative Taunusstraße rollen für die Besucher des Straßenfestes extra den roten Teppich aus. Zwei Tage kann man sich nicht nur an allerhand Köstlichkeiten von den ansässigen Gastronomen versuchen, sondern auch Kunst und Kultur auf sich wirken lassen.

2. – 4. September

2 0 0 6

Im Viertel tut sich was ...

„Wir sind um-, aber nicht weggezogen!“

Die Eheleute Margarete und Waldemar Hemberger staunten nicht schlecht, als sie Anfang April letzten Jahres Post von der GWW Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH (GWW) im Briefkasten hatten. Zwar hatten sie ob kurz oder lang schon damit gerechnet, ausziehen zu müssen, aber eben nicht so schnell. Doch das Haus in der Welschstraße 2 war beim besten Willen nicht mehr zu sanieren (wir berichteten, vgl. QZ 01/2006). Es mussten also Alternativen für die Bewohner gefunden werden. Keine leichte Aufgabe für das Team der GWW, denn nahezu alle Mieter wollten in dem Viertel wohnen bleiben.

„Eigentlich hätten wir innerhalb von sechs Monaten umziehen sollen“, erläutert der frühere Kellermeister der Sektkellerei Henkel. Doch es habe eine Weile gebraucht, bis man bei der GWW das Passende für ihn gefunden hatte, so Herr Hemberger. Denn auf Grund seiner Gehbehinderung war ihm viel an einer Erdgeschosswohnung gelegen. Aber davon gibt es erstens nicht so viele, die zweitens auch noch verfügbar waren. Dass er mit seiner Ehefrau im Viertel wohnen bleiben wollte, stand jedoch von Anfang an fest.

„Wir haben in der benachbarten Kleingartenanlage seit über 20 Jahren unseren Garten. Den wollen wir nicht aufgeben“, sagt Frau Hemberger. „Außerdem habe ich es zur gegebenen Zeit von hier auch nicht mehr so weit zum Südfriedhof“, scherzt ihr Ehemann. Statt September sind die Eheleute also erst im November 2005 ausgezogen. „Ein wenig mulmig war uns schon vor dem Umzug“, räumt Frau Hemberger ein. „Wir wussten schließlich nicht, was uns erwartet bzw. alles auf uns zukommt.“ Doch es habe sich gelohnt, so das Fazit der beiden. Die neue Wohnung sei nicht nur etwas größer, sondern auch besser gelegen. „Wir schauen nach allen Seiten ins Grüne und können die Wolken vorbeiziehen sehen“, freuen sich die Hembergers. Dabei sind die Eheleute „ihrer Straße“ treu geblieben.

Beim Umzug sei alles reibungslos gelaufen. Die größte Schwierigkeit habe eigentlich darin bestanden, auszumisten, gesteht Frau Hemberger. Über die Jahre habe sich einfach zu viel angesammelt. „Alles in allem hat man sich wirklich gut um uns gekümmert“, versichert Herr Hemberger. „Wichtig ist, dass man von Anfang an offen miteinander redet.“



Sachspende

Ideengeber gesucht ...

Wer hat eine zündende Idee bzw. einen guten Vorschlag für eine nützliche Sachspende im Wohnquartier Weidenborn? Die GWW möchte gerne einen sinnvollen Beitrag zur Gestaltung der öffentlichen Grünanlagen leisten und bittet deshalb um kreative Unterstützung. Erste Anhaltspunkte wurden bereits von den Besuchern des Spielplatzes gemacht. Danach stehen bislang folgende Optionen offen:



- Spielgeräte für die ganz Kleinen
- Tore, um den Spielplatz besser einzugrenzen
- Schattenplätze für die Erwachsenen
-
-

Stimmen Sie ab oder nennen Sie uns Ihren eigenen Vorschlag – am besten auf dem Postweg – an:
GWW Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH
-Team 5-, PF 26 28, 65016 Wiesbaden



Momentaufnahmen
im Mai 2006



Wohnkonzepte von morgen

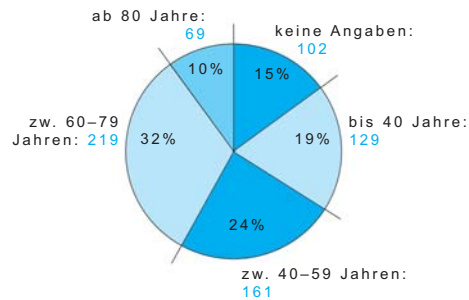
Die GWW Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH (GWW) betreut rund 550 Wohnungen in Weidenborn. Ein hoher Anteil der Bewohner ist bereits in jungen Jahren in eine GWW-Wohnung gezogen und seitdem auch Mieter geblieben. Fast ein Viertel der Mieter sind zwischen 60 und 79 Jahre (siehe Grafik). Für die GWW Anlass genug, über altersgerechte Wohnkonzepte nachzudenken.

„Es unsere sozialpolitische Aufgabe, Wohnraum anzubieten, der von unseren Mietern auch benötigt wird“, so der GWW-Geschäftsführer Mathias Müller. „Das bedeutet, wir müssen uns mit den Bedürfnissen unserer Mieter auseinander setzen.“ Bei einer Analyse der Altersstruktur der Wohnungsmieter in Weidenborn sei aufgefallen, dass es einen hohen Anteil älterer Menschen unter den Bewohnern gibt. „Da war uns schnell klar, dass wir etwas dafür tun müssen, diesen Mietern bedarfsgerechten Wohnraum anzubieten“, erklärt der GWW-Chef. „Denn wir wollen, dass ältere Menschen so lange sie möchten in ihrem vertrauten Wohnumfeld verbleiben können.“

Aus diesem Grund denke man derzeit über den Bau von altersgerechten Wohnungen mit entsprechenden Infrastruktur- und Versorgungsmöglichkeiten nach. „Ein solches Projekt kann man allerdings nicht von heute auf morgen realisieren“, gibt Müller zu bedenken. „Aber wir sehen für diese Wohnform in Weidenborn durchaus Bedarf.“ Zudem habe die im vergangenen Jahr initiierte öffentliche Veranstaltungsreihe „Leben und Wohnen im Alter“ gezeigt, dass das Interesse an Lösungsmöglichkeiten sehr groß ist, wie man auch im hohen Lebensalter selbstständig leben kann.

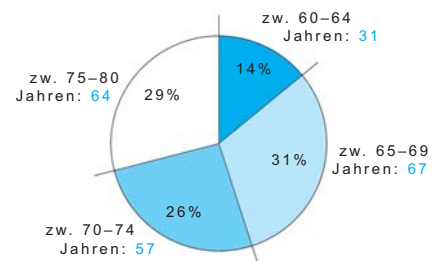
Altersstruktur GWW-Mieter in Weidenborn

Quelle: GWW 2006



Mieter zwischen 60 und 80 Jahren

Quelle: GWW 2006



Ein Tipp: Interessenten an altersgerechten Wohnungen können sich telefonisch über die kostenfreie Rufnummer an die GWW-Mitarbeiterin Elke Voss wenden: 0800 - 17 00 100

Service – das Team 5 stellt sich vor

Sie haben Fragen zum Wohnquartier Weidenborn? Wir helfen Ihnen gerne weiter!

Die kaufmännischen Sachbearbeiter

Sabine Aumüller

Telefon: 06 11-17 00 99

E-Mail: s.aumueller@gww-wiesbaden.de



Jennifer Hiort

Telefon: 06 11-17 00 99

E-Mail: j.hiort@gww-wiesbaden.de



Die technischen Sachbearbeiter

Markus Gronowski

Telefon: 06 11-17 00 99

E-Mail: m.gronowski@gww-wiesbaden.de



Gerhard Bott

Telefon: 06 11-17 00 99

E-Mail: g.bott@gww-wiesbaden.de



Für Fragen zum altersgerechten Wohnen

Elke Voss

Telefon (kostenlos):
0800-17 00 100

E-Mail: e.voss@gww-wiesbaden.de



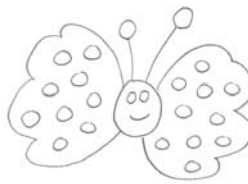
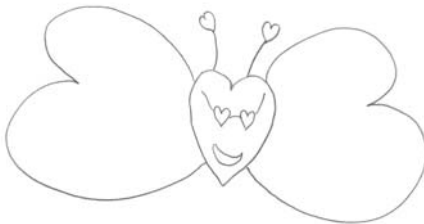
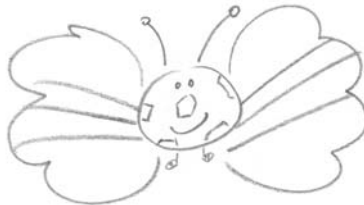
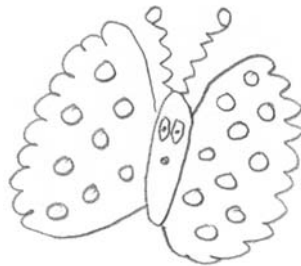
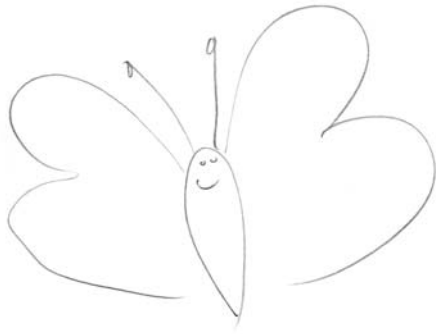
Der Hausmeister

Andreas Plöhn

Telefon: 0 61 34-6 20 96



Schmetter-, Ball-, und andere -linge zum Buntmalen



Impressum

Quartierszeitung
– das kostenlose Informations-
medium für die Mieter der GWW
in Wiesbaden-Südost

Herausgeber



Wiesbadener Wohnbaugesellschaft mbH
Kronprinzenstraße 28
65185 Wiesbaden
Telefon: 06 11 – 17 00 -0
Fax: 06 11 – 17 00 -50
E-Mail: info@gww-wiesbaden.de
Internet: www.gww-wiesbaden.de

Erscheinungsweise
2–3 x jährlich

Objektleitung, Konzeption und Redaktion

Alexandra May,
Wiesbaden (V. i. S. d. P.)
www.alexandra-may.com

Layout

Peter Hardtmann,
Frankfurt am Main
www.jh-f.de

Druck

W. B. Druckerei
Hochheim am Main

Auflage
700 Exemplare

Bildquellen

S. 1: Gaby Sommer Photographie –
Lierschied/Lorele (2), BilderBox.com (3)
S. 2/3: Peter Hardtmann,
EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen mbH,
METRO AG / Future Store Initiative (3)
S. 4: Gaby Sommer Photographie –
Lierschied/Lorele
S. 6/7: GWW, Gaby Sommer Photographie –
Lierschied/Lorele (7)
S. 8: Peter Hardtmann

Alle Beiträge sind urheberrechtlich geschützt.
Der Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit
Genehmigung der Redaktion gestattet.

Alle gemachten Angaben wurden nach bestem
Wissen geprüft und können eine individuelle
Beratung nicht ersetzen.

Es wird kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben.
Für unverlangte Einsendungen von Manuskripten
wird keine Gewähr übernommen.

Die Redaktion behält sich vor, Leserbriefe bei
Veröffentlichung zu kürzen.