

Den Kunden zum Ratgeber machen

**Zur Person:**

Stephan Klein
Leiter Marketing & Produktplanung

Zum Unternehmen:

Kern-Haus AG in Ransbach-Baumbach (www.kern-haus.de)
Mitarbeiter: 240 in Deutschland
Branche: privater Hausbau, Massivhaus

Kaum eine Branche hat in den vergangenen sieben Jahren so viele Tiefschläge einstecken müssen wie die Hausbaubranche im Bereich der Ein- und Zweifamilienhäuser. Erst stieg die Mehrwertsteuer auf 19 Prozent, dann schaffte der Staat die Eigenheimzulage ab. Neue Gesetze für eine immer energiesparendere Bauweise stiegen ins Unermessliche – und die Banken- und Finanzkrise hat ihr Übriges getan, um potenziellen Häuslebauern den Mut zu nehmen. In Zahlen heißt das, 2009 und 2010 sind in Deutschland nur noch halb so viele Ein- und Zweifamilienhäuser gebaut worden wie fünf Jahre zuvor, der Wert wird sich wohl bei rund 100.000 Häusern pro Jahr einpendeln.

Dank eines vorausschauenden Managements haben wir uns 2008 dazu entschlossen, das Unternehmen langfristig im Qualitäts- und Premiumsegment zu verankern. „Billig, billig“ funktioniert nicht – es wird immer einer kommen, der es um ein paar Euro günstiger macht. Sobald man beim Hausbau jedoch rein nur auf den Preis achtet, leidet die Bau- und Ausführungsqualität nahezu immer – und das zu Lasten der Bauherren! Mit Hilfe der [TEMP-Methode®](#) und deren Beratern sind wir unseren Zielen bei der Re-Positionierung von Kern-Haus erheblich näher gekommen.

Zwei Beispiele: Im November 2011 veranstalteten wir ein Kundenforum. Wir boten zwei Übernachtungen in einem guten Hotel und offerierten als Dankeschön auch noch jedem Kundenpaar attraktive Prämien. Was wir an diesem Tag lernten, machte diese Investition mehr als wett. Die Kunden zeigten uns, dass wir in unseren Prozessen und Vorgehensweisen noch nicht einheitlich genug arbeiteten – Kunden in Mönchengladbach bekamen zum Teil andere Serviceleistungen als in Cottbus. Die Bauqualität war durchaus vergleichbar, aber die Vorgehensweise so unterschiedlich, dass wir daraus Konsequenzen zogen. Für eine Firma mit 15 Geschäftsführern, bzw. Standortleitern und mehr als 400 Hausbauten pro Jahr bedeutet das ein deutliches Lern-Potenzial.

Im Jahr 2012 haben wir es auch geschafft, die Verantwortlichen aller 15 Standorte so zusammenzubringen, dass sie voneinander lernen. Da berichtete etwa der Geschäftsführer aus Leipzig, wie er alle Handwerker zu einem geselligen Abend einlud und ihnen dabei kommunizierte, was Kern-Haus erreichen will, welche Werte beim Umgang mit dem Kunden zu beachten sind und was das für die Arbeit auf der Baustelle bedeutet. Das ist so gut angekommen, dass es andere Standorte nachgemacht haben. Unsere Bauqualität hat sich durch diesen Schritt nochmal verbessert.

Die [TEMP-Methode®](#) hat uns zu einem neugierigeren Unternehmen werden lassen, das Premium-Qualität dauerhaft zu seinem Markenzeichen macht. Nicht ohne Grund haben wir neben den begleitenden Beratungsleistungen von tempus gleich vier Mitarbeiter [TEMP-Qualifizieren](#) lassen – darunter auch unseren Vorstandsvorsitzenden, Bernhard Sommer.

