

## Was der Dialog mit Kunden wirklich bringt



**Zur Person:**

Bernhard Sommer, Vorstandsvorsitzender

**Zum Unternehmen:**

Kern-Haus AG

[www.kern-haus.de](http://www.kern-haus.de)

Branche: Bau von massiven Ein- und Zweifamilienhäusern

Mitarbeiter: 265

Manche sagen: Der Kunde ist König. Wir als Kern-Haus AG sagen: Der Kunde ist mehr als das: Er ist Impulsgeber, Motivator für unsere tägliche Arbeit und Multiplikator unserer Leistungen. Als Unternehmen, das derzeit pro Jahr rund 430 massive Ein- und Zweifamilienhäuser baut, nutzen wir dieses Potenzial: Wir haben die Pyramide unseres Unternehmens auf den Kopf gestellt. Ganz oben stehen nicht die Führungskräfte der Kern-Haus-Gruppe, sondern unsere Kunden.

So haben wir seit 2011 ein jährlich stattfindendes Kundenforum eingerichtet. Wir treffen uns mit unseren Bauherren, um mit ihnen ins Gespräch über unsere Leistung zu kommen. Was wir dort an Anregungen und konstruktiver Kritik erhalten, bringt uns enorm voran. Außerdem haben wir das Qualitätsmanagement für unsere 17 eigenständigen Standorte zentralisiert. Das hat unsere Reaktionszeit auf die (vergleichsweise wenigen) Herausforderungen im Bauprozess enorm verkürzt. Wenn tatsächlich einmal etwas schief läuft, werden die Bauherren bestens betreut.

Kern-Haus ist bewusst, dass die meisten Menschen im Leben nur einmal bauen und über die verschiedenen Schritte hin zu ihrem Traumhaus informiert und daran beteiligt werden möchten. Besonders in der Phase zwischen der Bauantragsstellung und der Baugenehmigung, die einige Wochen in Anspruch nehmen kann, regen die Bauherren in den Kundenforen mehr Dialog an. Deshalb beziehen wir sie jetzt viel enger in die Vorbereitung der Erdarbeiten, das Erstellen von Bodengutachten und andere Vorgänge mit ein – und sie sind begeistert.

Kern-Haus setzt auf Premiumqualität. Wir bauen nicht das günstigste Haus, sondern zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis das qualitativ beste Haus. Dabei haben uns die Kunden signalisiert, dass sie auch bei der Innenausstattung – etwa in den Badezimmern – Markenhersteller bevorzugen. Das setzen wir nun unter anderem durch eine Kooperation mit dem Premiumhersteller Villeroy & Boch um. Unser neuester Clou: Mit dem Bauwerkvertrag bekommen die Kunden Zugang zu einem elektronischen Ausstattungskatalog und können sich bereits mit der Markenausstattung von Kern-Haus wie etwa Türen, Waschbecken oder Armaturen vertraut machen und haben bereits in aller Ruhe von Zuhause aus die Möglichkeit, die Ausstattung ihres Traumhauses auszusuchen und müssen dies nicht alles am Bemusterungstag entscheiden

Die [TEMP-Methode](#)® hat uns bei unserer radikalen Kundenorientierung sehr geholfen und unseren Blick geschärft. Trotz der Niedrigzinslage erlebt die Baubranche keinen Bauboom. Dieser Effekt wird nämlich von anderen Faktoren wie der restriktiven Kreditpolitik der Banken („Basel III“) und der stark gestiegenen Hausbaukosten aufgrund der Energieeinsparverordnung wieder gedämpft. Die Branche bleibt also herausgefordert. Begeisterte Kunden sind dabei unser wichtigster Werbeträger. Was sie bei Freunden und Familie über unsere Leistung erzählen, wiegt mehr als jede Zeitungsanzeige und jeder Werbeprospekt.

