

LEBENSWELTEN[®]

Magazin für Kunden, Interessenten, Mieter, Geschäftspartner und Mitarbeiter der Unternehmensgruppe INTERBODEN

Architektur
+ Dienstleistung

= INTERBODEN

Was meinen Sie?
Wie erleben Sie
diese Gleichung?



Briol – ein besonderer Ort für eine



Liebe Leserin, lieber Leser,

mit diesen LEBENSWELTEN halten Sie eine Ausgabe in der Hand, die Sie gedanklich auf unseren Weg zum Dienstleistungsbausträger mitnehmen soll. Warum tun wir das? Und warum wollen wir dafür in eine neue Form des Dialogs mit Ihnen, unseren Kunden, eintreten?

Um das nachvollziehen zu können, möchte ich Sie mitnehmen nach Briol, einem abgeschiedenen Ort in Südtirol. Hierhin haben wir uns im Herbst 2012 zurückgezogen, um zu reflektieren und auf Zukunftsfragen im kreativen Brainstorming eine Antwort zu finden. Um aktuelle Erkenntnisse zu veränderten Kundenwünschen und Kundenansprüchen zu analysieren und in unsere Lebenswelten®-Philosophie einfließen zu lassen. Die Strategietagungen sind ein guter Brauch in unserem Hause, den wir als innovatives Unternehmen seit Jahren pflegen. Abgeschiedene Orte dienen uns dabei als Ideenschmiede, als willkommener Rahmen, weil sie mit ihrer Ruhe und der Nähe zur Natur den Blick auf das Wesentliche schärfen.

Die Pension Briol, das ist eine Mischung aus Berghütte und Hotel mit Blick auf die bizarre Sellagruppe der Dolomiten. Die letzten eineinhalb Stunden muss man bergauf laufen. Ich habe deshalb unsere diesjährige Truppe aus 25 altgedienten und jungen Mitarbeitern/innen eingeschworen: Nehmt dicke Pullover mit, die Zimmer sind nicht beheizt, die Temperaturen bewegen sich in dieser Zeit um den Gefrierpunkt. Fließend Wasser gibt es nur in den Etagen-

bädern. Dafür friedliche Natur ringsum. Hier können wir bei langen Wanderungen in Ruhe miteinander reden, uns austauschen, diskutieren. Aber auch Sport machen, den Kopf freikriegen. Uns öffnen.

Die neuen Mitarbeiter, erst seit wenigen Tagen an Bord, wunderten sich anfangs, waren ob der kritisch-konstruktiven Offenheit verunsichert und am Ende doch persönlich und fachlich voll integriert und überzeugt. Wir haben uns gegenseitig besser kennengelernt und neue junge Talente entdeckt, von denen wir spüren, dass sie begeistert mitziehen. Auch unser Sohn Thomas hat die besondere Atmosphäre genossen, um hineinzuschnuppern und zu sehen, wie sich das Unternehmen weiter bewegt, wenn er demnächst zu uns stößt.

Briol, dieser Ort steht für uns für eine weitere Etappe des Aufbruchs. Märkte und Verbraucherwünsche haben sich in den letzten zehn Jahren mit einer nie dagewesenen Geschwindigkeit verändert. Nachrichten und Bilder werden via digitaler Medien in Sekundenschnelle um den Erdball gepostet. Darauf haben wir bereits vielfältig reagiert, wie die Darstellung der Meilensteine in diesem Heft eindrucksvoll zeigt (Seiten 8 bis 12). Doch reicht dieser Vorsprung im Wettbewerb aus? Was erwartet der Kunde von morgen? Ist auf Dauer Servicequalität nicht sogar wichtiger als Produktqualität? Wie können wir unsere neue Organisationsstruktur noch stärker auf den Kunden fokussieren? Wir haben heiß diskutiert, sind viele Stunden auf den Berg gewandert und haben anschließend hart an unserem strategischen Maßnahmenkatalog für die Zukunft gearbeitet. ►►



besondere Strategietagung »





Was meinen Sie:

Wir laden Sie unter www.lebenswelten-online.de dazu ein, mit uns über die Themen dieser LEBENSWELTEN zu diskutieren und uns Ihre Meinung, Ihre Ideen und Ihre Wünsche mitzuteilen: lebenswelten@interboden.de

► Wir haben Grenzen ausgelotet und uns natürlich auch gefragt: Wie schaffen wir das alles? Stärker als viele Worte wirken manchmal erlebte Erkenntnisse, die wir durch spannende „Spiele“ erreicht haben. Wie beispielsweise bei der Aufgabe, einen Eimer mit „hoch explosivem“ Inhalt aus einem virtuellen, nicht direkt zugänglichen See zu fischen – nur mit dickem Seil und Karabinerhaken als Hilfsmittel. Die Lösung war sofort allen klar. Mit viel Elan, hohem Einsatz und ohne langes Nachdenken, Diskutieren und Abwägen haben alle am gleichen Strang gezogen – und Erfolg gehabt. Sollte es eigentlich nicht immer so sein, haben wir uns gedacht. Können nicht immer alle Bereiche in unserem Unternehmen in diesem Sinne stärker zusammenspielen?!

Klar, das erfordert erhebliche Anstrengungen, von jedem Einzelnen persönlich und das kostet Kraft. Allein der Umgang mit der E-Mail-Flut, die steigenden Ansprüche an kurze Reaktionszeiten, die wachsende Schnelligkeit des Alltags bindet Zeit und Kapazitäten. Wie gehen wir damit um? Wie erhalten wir unsere Gesundheit, auch und gerade im Unternehmen? Wo finden wir im täglichen Trubel Ruhezeiten für einen klaren Gedanken? Fragen, die uns veranlassen, auch unsere Anstrengungen in Sachen „Betriebliches Gesundheitsmanagement“ zu intensivieren (Seite 16).

Briol – dieser Ort ist zugleich Namensgeber für unser diesjähriges Strategiepapier mit einem konkreten Maßnahmenkatalog für die Zukunft. In der „Charta von Briol“ haben wir festgeschrieben, dass wir unsere Anstrengungen im Bereich Dienstleistungen zur Marke ausbauen werden. Als „Dienstleistungsbausträger“ wollen wir uns ebenso vom Wettbewerb absetzen, wie es uns als „Architekturbausträger“ durch die Gestaltung unserer Projekte bereits erfolgreich gelungen ist. Was wir darunter verstehen, welche Projekte wir bereits auf die Schiene gesetzt haben und was wir noch erreichen wollen, das erfahren Sie in dieser Ausgabe der LEBENSWELTEN.

Wir wünschen uns, dass die Veränderungen für unsere Kunden spürbar sind oder werden. Dass wir ein Feedback von Ihnen erhalten – ein kritisches, ehrliches und faires Feedback. Für das, was Sie an uns schätzen und für das, was Sie sich noch anders wünschen. Wir möchten Sie einbinden in einen Dialog mit uns, in einen konstruktiven Gedankenaustausch über Ihre Wünsche und Vorstellungen – damit wir im besten Sinne das Richtige für Sie entwickeln. Welche Kommunikationskanäle wir für Sie geöffnet haben, lesen Sie auf Seite 18.

Nehmen Sie uns beim Wort und nutzen Sie die Chance, einen fairen Dialog mit uns zu führen. Hierzu möchten wir, möchte ich Sie persönlich sehr herzlich einladen.

Ihr

Dr. Reiner Götzen
Geschäftsführender Gesellschafter
der INTERBODEN Gruppe ■





Die Marke INTERBODEN – Balance zwischen Beständigkeit und Innovation

In ihrer mehr als 60-jährigen Unternehmensgeschichte hat sich die INTERBODEN Gruppe für ihre Kunden zu einem starken und verlässlichen Partner entwickelt. Die gebauten Lebenswelten® Quartiere haben einen guten Ruf. Aber das genügt nicht mehr in einer Welt der hohen Dienstleistungserwartungen.

„Der stete Mut zur Innovation, unsere Vorreiterrolle in der Architekturplanung, aber auch die Beständigkeit unserer gelebten Grundwerte in einem inhabergeführten Unternehmen haben einen wesentlichen Anteil am Erfolg der INTERBODEN Projekte“, sagt Detlef Bloch, Prokurist und Leiter Immobilien Vertrieb und Marketing. „Aber wenn die Betreuung unserer Kunden vor und nach dem Kauf nicht stimmt, können der Glanz der gelungenen architektonischen Gestaltung und die anfängliche Begeisterung am Ende in Enttäuschung umschlagen.“

Architekturbausträger

Als Dr. Reiner Götzen 1982 ins väterliche Unternehmen eintrat, tat er dies mit einer klaren Vision: hochwertigen und konzeptionell innovativen Wohnungsbau zu realisieren. Inzwischen ist die Architekturqualität fest mit der Marke INTERBODEN verknüpft.

Und nicht nur das: Aus dem ganzheitlichen Planungsprozess ist eine Unternehmensphilosophie entstanden, die nicht das einzelne Haus in den Mittelpunkt stellt, sondern das Leben im Quartier. Quartiere, in denen Beziehungen entstehen und Bindungen wachsen. Mehrwerte, die Kunden schätzen und die der Wettbewerb zunehmend aufgreift. Architekturen gleichen sich an und werden austauschbar, weil sie gefallen wollen und – wirtschaftlich gesehen – auch gefallen müssen!

Dienstleistungsbausträger

Mit dem Erfolg ihrer Lebenswelten® Quartiere und der branchenweiten Anerkennung als Architekturbausträger ist die INTERBODEN Gruppe in den letzten Jahren stark gewachsen. Die Strukturen, mit denen das Unternehmen groß geworden ist und die alle Leistungsbereiche von der Planung bis zum Immobilienmanagement unter einem Dach vereint (siehe Grafik), erwiesen sich im Tagesgeschäft, im Bemühen um den zufriedenen Kunden als Segen und Fluch zugleich. „Durch die enge Verzahnung der Bereiche haben wir unsere Kundenorientierung schon

deutlich verbessert, aber bei einer Größe von mittlerweile über 100 Mitarbeitern funktionieren die alten Strukturen in dieser Form nicht mehr“, gibt Detlef Bloch zu bedenken.

Zwar sorgte die Implementierung einer bereichsübergreifenden IT-Architektur dafür, dass alle relevanten Daten an jedem Arbeitsplatz verfügbar sind. Aber das Überwinden der Schnittstellen zwischen den Bereichen forderte auch in Anbetracht zunehmender Projektgrößen und veränderter Kundenerwartungen eine Anpassung. „Das beste Marketing ist immer noch die unmittelbar erbrachte Leistung, die der Kunde als Dienstleistung für sich wahrnimmt und uns dies am Ende mit seiner Zufriedenheit zurückspiegelt“, betont Detlef Bloch. In ihrer jährlichen Klausurtagung kam die INTERBODEN Führungsmannschaft deshalb im Herbst 2012 zu dem Ergebnis: Service und Dienstleistung sollen als ergänzende Bausteine zur Marke INTERBODEN deutlich spürbarer werden. „Wir sind nicht nur Architekturbausträger sondern auch Dienstleistungsbausträger“, lautet das Postulat. Wir wollen von unseren Kunden lernen und zuhören, was die Menschen bewegt. Denn starke Marken wachsen an den Ansprüchen ihrer Kunden. ■

„Wir haben uns vom Solisten zum durchaus komplexen Kammerorchester hingearbeitet, vom Musikarchitekten zum musikalischen Quartiersentwickler“, berichtete Dr. Reiner Götzen in seiner Laudatio anlässlich des 60-jährigen Bestehens von INTERBODEN. Das war 2010. Heute funktioniert vieles nicht mehr auf Zuruf. Auf dem Sprung zur dritten Generation schlägt das Unternehmen ein weiteres Kapitel seiner Unternehmensgeschichte auf.



Detlef Bloch: „Das beste Marketing ist die unmittelbar erbrachte Leistung, die der Kunde als Dienstleistung wahrnimmt.“

Mit der Unternehmensgeschichte haben sich diese sechs Säulen der INTERBODEN Gruppe entwickelt.



Christoph Sawall: „Wenn wir ein lernendes Unternehmen sein wollen, geht es nicht ohne das offene und vielleicht auch schonungslose Kundenfeedback“.

Interview mit Christoph Sawall, Leiter Unternehmensentwicklung Wohnen

Dienstleistungsbausträger – wie sieht die Strategie aus?

Das Thema Dienstleistung ist allgegenwärtig. Ob Einzelerwerber, institutioneller Anleger oder Mieter – es gibt eine latente Erwartungshaltung, die Dienstleistung, Kommunikation, Schnelligkeit und Service in den Vordergrund rücken lässt. Christoph Sawall ist als Leiter Unternehmensentwicklung Wohnen dafür verantwortlich, dass der Transformationsprozess zum Dienstleistungsbausträger step by step vorangetrieben wird.

Ist der Aufbruch zum Dienstleistungsbausträger eine unternehmerische Notwendigkeit?

Christoph Sawall: Wir sind dieser Meinung, obwohl viele das nicht so sehen. Wir antizipieren Marktveränderungen, die sich in differenzierteren Kundenbedürfnissen und einer anspruchsvolleren Erwartungshaltung äußern – und das wird zukünftig in der Tat zu einem Wettbewerbsfaktor werden. Als Marke hat INTERBODEN den Anspruch eines innovativen Unternehmens. Es gibt keinen größeren Feind für die Innovation als die Selbstzufriedenheit.

Wenn Sie kritisch reflektieren, wo liegen noch Potenziale?

CS: Es läuft sicher manches gut und richtig, aber wir wollen uns in einer zunehmend vernetzten, digitalen Welt, in der sich ein neues Verständnis von zielgerichteter Kommunikation entwickelt, für die Zukunft wappnen. Dienstleistungsbausträger heißt für uns, enge Kommunikation mit dem Kunden – und voller Einsatz von allen Mitarbeitern, um das Vertrauen des Kunden zu gewinnen und auf Dauer zu halten.

Sie sprechen die wachsende Initiative und Mitbestimmung des Kunden an.

CS: Durch die Ausbreitung von Internet und Smartphone können sich Kunden heute viel schneller fachkundig machen und auch untereinander austauschen. Man hört einen Begriff und googelt ihn, man tauscht sich in Blogs und Foren über seine Erfahrungen mit Produkten aus. Der Kunde ist bereits heute viel schwieriger zufriedenzustellen als früher, da er durch mediale Information und Vernetzung höhere Ansprüche stellt. Darauf möchte sich INTERBODEN rechtzeitig ein-

stellen und quasi neben der Immobilie ein Parallelprodukt bieten, das Dienstleistung heißt. Unser übergeordnetes Ziel ist die Kundenzufriedenheit, und zwar in allen Bereichen und über alle Bereiche und andauernde Zeiträume hinweg.

Ist die umfassende Organisation von INTERBODEN dabei eine Herausforderung?

CS: Wie die Grafik auf Seite 5 zeigt, ist INTERBODEN ein Unternehmen mit sechs Bereichen, die den gesamten Wertschöpfungsprozess einer Immobilie abdecken. Das hat sich bewährt, muss aber noch viel deutlicher mit den Vorstellungen der Kunden abgeglichen werden. Auf dem Weg zum Dienstleistungsbausträger zwingt uns diese Leistungstiefe, die wir für den Kunden erbringen, die Prozesse an den Schnittstellen zu analysieren und zum Zwecke der Sicherstellung einer hohen Kunden-

zufriedenheit gegebenenfalls neu zu definieren. Das setzt eine innere Haltung voraus, gemeinschaftlich an dem Ziel der bereichsübergreifenden Kundenzufriedenheit mitzuarbeiten. Gelingt uns dieses Selbstverständnis als Dienstleister, so profitieren erfahrungsgemäß davon auch die Mitarbeiter. Denn was gibt es Motivierenderes für die eigene Arbeit als den zufriedenen Kunden?

Wie weit ist man mit der Detailanalyse?

CS: Zurzeit überprüfen wir die übergreifenden Prozesse, um dann zu entscheiden, wo wir nur justieren oder sogar neu organisieren müssen. So entsteht sukzessive eine neue, auf das Ziel Dienstleistungsbausträger ausgerichtete Prozesslandschaftskarte. Dies ist ein „evolutionärer“ Angang, der sich step by step vollzieht, und keine

„Wir möchten neben der Immobilie ein Parallelprodukt bieten, das Dienstleistung heißt“

Christoph Sawall, 32 Jahre, Duales Studium mit Schwerpunkt Finanzen, MBA, Berater und Kundenbetreuer, zuletzt als Director in der WestLB. Seit 1.10.2012 Leiter Unternehmensentwicklung Wohnen.

„Als Quereinsteiger aus dem Finanzbereich bringe ich für den Transformationsprozess das methodische Rüstzeug mit, um die Unternehmensentwicklung voranzutreiben und bereichsübergreifende Projekte zu realisieren.“

einmalige, „revolutionäre“ Neuausrichtung. Meine Aufgabe in diesem Prozess wird es sein, die Umsetzung zu koordinieren, die Kundenwünsche mit den Realisierungsmöglichkeiten abzugleichen, die Workflows wirtschaftlich auszurichten und zugleich die Komplexität möglichst zu reduzieren.

Gibt es Grenzen der unbedingten Dienstleistungsbereitschaft?

CS: Es ist nicht so, dass wir für den Kunden alles bis zur Selbstaufgabe erledigen, sondern wir sind am Ende des Tages auch ein Unternehmen, das Geld verdienen muss. Insofern kann es nur dann funktionieren, wenn wir dem Kunden Nutzen stiften und gleichzeitig dabei auch Wertschöpfung betreiben. Sonst geht die Gleichung langfristig nicht auf.

Wir sprachen eben von der wachsenden Initiative der Kunden. Wie will INTERBODEN diese für die Dienstleistungsoffensive nutzen?

CS: Wir können den Weg zum Dienstleistungsbausträger nur dann erfolgreich gehen, wenn wir wissen, was der Kunde eigentlich will. Unsere Absicht dabei ist: Wir wollen zuhören, lernen und uns verbessern. Dafür laden wir unsere Kunden zu einem kritischen und hoffentlich konstruktiven Dialog ein. Die Ergebnisse dieses Dialoges sollen in den Transformationsprozess mit einfließen. Wir wollen den Dialog offensiv und transparent angehen, wohlwissend, dass wir uns damit auch angreifbar machen.

Viele Unternehmen scheuen noch den direkten Dialog mit den Kunden. Wie stehen Sie dazu?

CS: Wenn wir ein lernendes Unternehmen sein wollen, geht es nicht ohne das offene und vielleicht auch schonungslose Kundenfeedback. Wir müssen lernen, aus der möglichen Unzufriedenheit von Kunden unsere Schlüsse zu ziehen. Wir sind uns aber auch im Klaren darüber, dass wir es trotz aller Anstrengung nicht schaffen werden, es zu jeder Zeit allen Kunden in allen Angelegenheiten Recht zu machen. Das Selbstverständnis des Dienstleisters findet zudem dort seine natürlichen Grenzen, wo das faire und partnerschaftliche Miteinander verletzt wird. Unser Leistungsversprechen kann insofern nicht absolut sein.

Wird sich dieser Weg auszahlen?

CS: Ich bin überzeugt davon, dass der Weg zum Dienstleistungsbausträger richtig ist. Wir arbeiten an einem wichtigen Aspekt der langfristigen Unternehmenssicherung. Wenn wir das nicht tun, ist das Risiko mittel- bis langfristig groß, an Profil und Trennschärfe zum Wettbewerb zu verlieren.

Dienstleistungsbausträger – was heißt das?

Die INTERBODEN Gruppe versteht ihre Dienstleistungsorientierung, die mit dem Begriff „Dienstleistungsbausträger“ zum Ausdruck gebracht wird, als Erweiterung ihrer Marke und ihres Selbstverständnisses. INTERBODEN wird weiterhin hochwertige Wohnimmobilien mit ansprechender Architektur bauen. Der Dienst am Kunden soll dabei aber zum „Parallelprodukt“ werden, das der Kunde ergänzend zu allen gewohnten INTERBODEN Immobilienprodukten von der Planung bis zur Verwaltung erhält.



Was meinen Sie:

- Sind die Vorteile der verzahnten Unternehmensbereiche für Sie spürbar?
 - Erleben Sie uns als Einheit – oder als separat laufende INTERBODEN Tochtergesellschaften?
- www.lebenswelten-online.de





Bausteine: Kunst, Wasser, Licht

UNTERNEHMEN ZUKUNFT



Baustein Service

Meilensteine auf dem Weg zum Dienstleistungsbauträger

Dienstleistungsbauträger wird man nicht von heute auf morgen. Schon immer standen der Kunde und seine Wünsche im Mittelpunkt der Unternehmenspolitik von INTERBODEN. Auf diesen Seiten haben wir die wesentlichen Meilensteine in der Rückschau aufgelistet.

bis 2009

INTERBODEN Wertesystem

Das INTERBODEN Wertesystem begleitet uns nunmehr seit 16 Jahren. Die eigenen unternehmerischen Werte intensiv zu erörtern und als Maßstab des Handelns verbindlich festzulegen, hat in der INTERBODEN Gruppe Tradition und eine besondere Qualität. Die Werte erleichtern nach unserer nun schon langjährigen Erfahrung nicht nur den Geschäfts- und Arbeitsalltag, sondern geben dem Kunden auch die Möglichkeit, diese von uns einzufordern. Denn Leitbilder dürfen nicht nur auf dem Papier existieren, sie müssen verstanden und gelebt werden. Erst aus dem Zusammenspiel zwischen erfüllten Kundenwünschen und realisierten Unternehmensleistungen erwächst ein Fundament des Vertrauens.

Ergänzende Bausteine Wasser, Kunst, Licht

Quartiersentwicklung ist für INTERBODEN nicht nur ein Zusammenspiel von Lage, Umfeld, Architektur und Technik. Schon vor 30 Jahren entwickelten unsere Architekten Räume der Begegnung für die Bewohner, für die Kommunikation und ein gemeinschaftliches Miteinander – drinnen wie draußen. INTERBODEN war früh überzeugt: Neben dem Sach- und Ertragswert einer Immobilie wird langfristig auch der soziale Wert eine wichtige Rolle spielen. Denn wenn Eigentümer und Mieter sich wohl fühlen, werden sie auch langfristig woh-

nen bleiben und damit einen Beitrag zur Wertsicherung der Immobilie leisten. In den 90er Jahren kamen bei größeren Quartieren neben dem Aspekt der Kommunikation ergänzende Bausteine hinzu wie Wasserspiele, Kunstobjekte und aufwändige Lichtkonzepte, die das Gefühl der Sicherheit verstärken und gleichzeitig die Architektur inszenieren. Auch diese Bausteine hatten das übergeordnete Ziel, den Quartieren einen emotionalen Charakter zu geben und für die Identifikation der Bewohner zu sorgen. Beispielsweise „Kristallgarten“ in Düsseldorf-Gerresheim“, „Quartier der Sinne“ in Ratingen-Ost, „Fontanna“ in Ratingen-Lintorf, „Quartis Les Halles“ in Düsseldorf.

Baustein Service für lebendige Quartiere

Wohnen mit Service – das ist für Trendforscher die perfekte Ergänzung für innerstädtische Wohnquartiere. INTERBODEN hat diesen Trend schon früh erkannt und bereits Anfang 2000 im Ratinger City-Wohnquartier Calor Carré den ersten Service-Point als Kommunikationsmittelpunkt für die Bewohner eingerichtet. Das bewusst generationenübergreifend gestaltete Serviceangebot, das nicht an Alter oder Lebensabschnitte gebunden ist, war eine Innovation und wurde als klarer Mehrwert von den Bewohnern wahrgenommen und genutzt. Das war für uns der Start, das Wohnen in großen Quartieren mit Komfort in Form von Service-, Betreuungs- und Kommunikationsleistungen zu verbinden. Anfangs noch mit fremden Dienstleistern durchgeführt, erkannten wir schnell den Wert einer eigenen Service-

INTERBODEN Wertesystem

Ergänzende Bausteine
Wasser, Kunst, Licht

Baustein Service
für lebendige Quartiere



Ecomotional Offices®

gesellschaft, die 2005 als INTERBODEN Service Plus gegründet wurde. Orientiert an den Kundenwünschen wurde das Serviceangebot bedarfsorientiert weiterentwickelt und der Service-Point als „Seele“ im Quartier fest verankert.

Gründung Institut für Lebenswelten

Wohnwünsche von morgen zu erfassen und dafür wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe Umsetzungsstrategien zu entwickeln – dieses Ziel übertrug Dr. Reiner Götzen dem 2007 von ihm gegründeten Institut für Lebenswelten (ILW), das an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Lehre fungiert. Als Ideenfabrik entwickelt das ILW praxisnahe Lösungen im Bereich der Planung, Entwicklung und Vermarktung lebenswerter, ganzheitlicher und nachhaltiger Quartiere. Dabei steht die Verknüpfung ökologischer und sozialer Dimensionen mit wirtschaftlicher Werthaltigkeit im Vordergrund.

Ausrichtung auf institutionelle Investoren

Nachhaltig konzipierte Wohnimmobilien rücken seit Mitte des letzten Jahrzehnts verstärkt in den Fokus institutioneller Investoren wie Versicherungen und Pensionsfonds. Sie suchen in Anbetracht der Finanz- und Wirtschaftskrise nach Immobilien, die ein hohes Maß an Ertrags- und Wertsicherheit bieten und ihr Immobilienportfolio stabilisieren. INTERBODEN Immobilien bieten mit ihrer hochwertigen Architektur, zielgruppengerechten Wohnungszuschnitten, solider Bauqualität und Mehrwerten wie Service- und Betreuungsangeboten sowohl für institutionelle Investoren als auch private Kapitalanleger ein interessantes und vielfach genutztes Investment. Dabei entscheidet sich der Großteil der Anleger dafür, uns auch das Immobilienmanagement zu übertragen.

Ecomotional Offices®

Intelligente Raumzuschnitte und elegante Büromöbel genügen nicht, um Kreativität und Leistung im Arbeitsalltag zu fördern. Das war für die INTERBODEN Innovative Gewerbewelten Anlass, das Büro der Zukunft zu entwickeln: Ecomotional Offices®. Ökonomische Faktoren verschmelzen hier mit emotionalen Bausteinen. Im Jahr 2007 wurde das INTERBODEN Haus nach diesem Konzept zum „Kreativhaus“ umgebaut. Eine klar definierte Mieterstruktur, mit dem Augenmerk auf gegenseitige Ergänzung und kooperative Potenziale, war dabei ein wichtiger Baustein. Die Flächen wurden unter Berücksichtigung des unverwechselbaren Charakters jedes Unternehmens durch einen Hotelplaner in innovative Arbeitswelten umgемünzt. >>

Gründung Institut für Lebenswelten

Ausrichtung auf institutionelle Investoren

Ecomotional Offices®



Detlef Bloch: Zuhören ist für uns der erste Schritt zum Verstehen

„Eine Marke wie INTERBODEN ist nur so gut, solange ihre Werte auch vom Kunden unmittelbar wahrgenommen werden. Wir haben in den letzten Jahren eine Vielzahl einzelner Maßnahmen von der Planung über das Bauen bis zum Immobilienmanagement realisiert, um unser Markenprofil mit Blick auf die Kundenwünsche zu schärfen und noch stärker darauf auszurichten, was morgen gefragt sein wird. Bereits bei unserer Strategietagung 2010 haben wir uns mit der Frage beschäftigt, ob es langfristig ausreicht, vor allem als Architekturbauträger mit einer hohen Qualität wahrgenommen zu werden. Hinzu kamen die wachsenden Anforderungen aus dem Tagesgeschäft, die uns veranlasst haben, unsere IT zu optimieren und die Begleitung des Kunden nach dem Kaufabschluss im Sinne eines Dienstleistungsbauträgers neu zu strukturieren und kapazitätsmäßig anzupassen.“

Ein weiterer Schwerpunkt bildet seit einigen Jahren die wachsende Digitalisierung des Lebens durch Internet und Smartphone. Wir haben diesen Wandel als Herausforderung begriffen und uns früh in Arbeitskreisen ausgetauscht und europaweit umgeschaut, wie wir die Serviceorientierung unserer Lebenswelten® Philosophie in das neue Zeitalter übertragen können. Denn: Zuhören ist für uns der erste Schritt zum Verstehen und die Basis für Anpassungen und Veränderungen. Das größte Kapital sind dabei unsere Mitarbeiter. Denn nicht nur unsere Produkte und Dienstleistungen, auch und gerade unser Verhalten prägt das Markenerlebnis INTERBODEN.“



Kreativhaus

Detlef Bloch, Prokurist und Leiter Immobilien Vertrieb und Marketing: „Markenbildung ist ein laufender Prozess der Anpassung und Veränderung.“



Kundenbetreuung



Eine Verwaltung für alle



Neue Homepage



Zukunftsbeirat

2010

Kundenbetreuung: persönlich und leistungsorientiert

Den Kunden über den gesamten Lebenszyklus seiner Immobilie kontinuierlich zu beraten und zu betreuen – das ist die Firmenphilosophie der INTERBODEN Gruppe. Eine wichtige Wegstrecke übernehmen dabei die Mitarbeiter der Kundenbetreuung. Sie beraten unsere Kunden während der Bauphase rund um die Ausstattung der Immobilie und bleiben auch darüber hinaus Ansprechpartner. Zentrale Software wie das 2010 eingeführte Allbudget erleichtern die Arbeit. Damit bleibt den Mitarbeitern mehr Zeit für Kundengespräche oder gemeinsame Besuche auf der Baustelle.

Neue Homepage

Damit der Kunde sich rund um die Uhr einfach und schnell über uns informieren kann, wurde 2010 eine neue Homepage erstellt. Diese präsentiert sich übersichtlich, frisch, prägnant und nutzerorientiert. Die Menüführung ist selbsterklärend, und so kann der User mit wenigen Klicks die gewünschten Informationen zum Unternehmen und zu den aktuellen Immobilienangeboten finden. Der Internetauftritt ist zugleich Teil des Markenbildungsprozesses. Die Marke INTERBODEN macht dadurch auch im Netz deutlich, für was sie steht.

Umfirmierung: eine Verwaltung für alle

Alle Leistungen unter einem Dach: Seit 2010 werden auch die zu Zeiten von Senior Heinrich Götzten errichteten Immobilien, die bisher von TREUHOCH verwaltet wurden, im INTERBODEN Verbund betreut. Der ganzheitliche Dienstleistungsansatz greift nun auch in der Immobilienverwaltung, die seit 2007 als INTERBODEN Immobilien-Management firmiert und ihren Fokus neben der reinen WEG-Verwaltung auf das langfristig solide Management der Immobilien und gut funktionierende Hausgemeinschaften ausgerichtet hat.

2011

Gründung Zukunftsbeirat mit Kunden

Modernes Marketing rückt den einzelnen Kunden in den Fokus und erarbeitet gemeinsam mit ihm neue Ideen und Verbesserungen im Unternehmen. INTERBODEN hat daher mit den eigenen Kunden einen Zukunftsbeirat gegründet, in dem über das Wohnen von morgen diskutiert wird. Den Zukunftsbeirat verstehen wir als eine moderne Form der Kundenorientierung und -kommunikation sowie der aktiven Einbeziehung von Kundenmeinungen in die unternehmenseigene Leistungsentwicklung. Durch die offenen Gespräche und ehrlichen Rückkopplungen im Zukunftsbeirat erreichen wir unser Ziel, nicht mehr allein das umzusetzen, was das Unternehmen, sondern was der Kunde wünscht und gut findet.

Social Media Strategie

Unternehmen sollten da sein, wo der Kunde ist. Da die Kommunikation zunehmend digital bestimmt ist und sich in Sozialen Netzwerken abspielt, gewinnt das Internet auch für die Unternehmenskommunikation an Bedeutung. Als innovatives Unternehmen haben wir uns frühzeitig entschlossen, dafür eine Strategie zu entwickeln. Doch wie lassen sich Social Media Tools zielführend nutzen? In einem internen Arbeitskreis unter der Federführung des unternehmenseigenen Instituts für Lebenswelten und unter Mitwirkung von Prof. Markus Kiefer als externer Spezialist, wurde eine Strategie erarbeitet, die u.a. für den Kunden mehr Transparenz und eine dialogische Ausrichtung der Unternehmenskommunikation bedeutet.

Kundenbetreuung:
persönlich und
leistungsorientiert

Neue Homepage

Umfirmierung:
Eine Verwaltung für alle

Gründung
Zukunftsbeirat

Social Media Strategie

Digitales
Stadt(teil)magazin
flairnetz

2010

2011



VILIS



Service-Point le flair



Stadt(teil)magazin flairnetz

und Bauzeiten sowie eine enge Kommunikation und tägliche Qualitätskontrolle ermöglichen effizientes und verschwendungsarmes Arbeiten auf der Baustelle. Das führt zu hoher Termintreue und einer zeitnahen Beseitigung von Mängeln noch während der Ausführung, sodass dem Kunden bei Fertigstellung eine nahezu mängelfreie Wohnung übergeben werden kann.

2012

Eröffnung Service-Point le flair

Anfang 2012 eröffnet INTERBODEN den vierten Service-Point, diesmal für das Quartier le flair in Düsseldorf. Inzwischen zeigt sich, dass die Idee voll aufgeht, mit diesem Kommunikationsmittelpunkt den Quartieren eine gute „Seele“ zu geben. Bereits als die ersten Bewohner in le flair einzogen, war der Service-Point als wichtige Anlaufstelle für die kleinen und großen Wünsche der Bewohner nahezu rund um die Uhr gefragt. Neue Bewohner - neue Wünsche - neue Angebote: Mit dem Speaking Club und der Krankenpflege vor Ort reagiert INTERBODEN auf neue Bedürfnisse der Bewohner.

INTERBODEN initiiert Blogs

Blogs ergänzen die gängigen Kommunikationskanäle und sind ideal für den schnellen, unkomplizierten und dynamischen Austausch von Wissen und Meinungen. INTERBODEN hat dieses Potenzial im Jahr 2012 gleich in zweifacher Hinsicht genutzt: Mit Wohnquartier-Zukunft initiierte das Institut für Lebenswelten (ILW) die digitale Fortführung des Kundendialogs (Zukunftsbeirat). Vier Experten tauschen sich über Zukunftsthemen und Trends rund um das Thema Wohnen aus und laden zur Diskussion ein. Und als Informations- und Diskussionsplattform im Sinne einer informellen Bürgerbeteiligung im Zeitalter von Web 2.0 brachte der Projektblog Felderhof durch Kommentare und Anregungen sowie durch den Austausch über die Vor- und Nachteile neuer Planungen frischen Wind in eine Ratinger Projektentwicklung.

Innovationsbeirat

Die Unternehmensführung der INTERBODEN Gruppe hat sich entschieden, einen Innovationsbeirat mit kompetenten Mitgliedern aus der Immobilienwirtschaft, Architektur, Finanzen und Hochschule zu installieren. Dieser soll im Wesentlichen Impulse zur Ableitung und

Digitales Stadt(teil)magazin flairnetz

Schon die Einrichtung eines Blogs auf der Projektseite für das neue Wohnquartier le flair in Düsseldorf war ein Novum. Inzwischen hat sich der Blog zu einem Stadtteilmagazin für Pempelfort, Derendorf und die Nachbarschaft entwickelt. Das redaktionell geführte Online-Magazin macht mit Gastronomie-, Freizeit-, Kultur- und Szenetipps, aktueller Berichterstattung und lustigen Anekdoten Lust auf das Leben im neuen Wohnviertel le flair. Und die Idee kommt an: flairnetz freut sich über ständig steigende Leserzahlen.

Neue Produktlinie VILIS

Für den Wunsch nach qualitativem und bezahlbarem Wohnraum in der Stadt entwickelt INTERBODEN die Produktlinie VILIS. VILIS konzentriert sich auf den Geschosswohnungsbau und macht sich eine hohe Standardisierung bei gleichzeitig hochwertiger Qualität zunutze. Intelligent konzipierte Hausmodule sorgen für eine größtmögliche Wohnungsvielfalt. Um den günstigen Preis zu sichern, stehen dem Käufer vorgegebene Grundrissgestaltungs- und Ausstattungsalternativen zur Verfügung, die er mit einem Konfigurator auswählen kann. Das erste VILIS Projekt wird in Köln-Kalk errichtet.

Baumethode Lean Construction

Bei dem Projekt VILIS Wohnen in Köln-Kalk kommt erstmals die Methode Lean Construction zum Einsatz. Lean Construction ist ein international erprobtes, aber in Deutschland noch relativ neues Konzept im Baubereich. Dabei besticht das System durch klare Vorteile: eine mit den Partnerfirmen abgestimmte, genaue Taktung der Leistungen

Neue Produktlinie VILIS

Baumethode Lean Construction

Eröffnung Service-Point le flair

INTERBODEN initiiert Blogs

Innovationsbeirat

2012



INTERBODEN Musterwelten



Innovationsbeirat



Quartiersnetzwerk Animus



Blog „Wohnquartier Zukunft“

Umsetzung von Chancen und Vermeidung bzw. Reduktion von Risiken aus einem veränderten Wettbewerbsumfeld liefern. Durch die Beiträge der jeweiligen Beiratsmitglieder und Berater soll der hohe Innovationsanspruch von INTERBODEN gestärkt und perspektivisch umgesetzt werden.

Quartiersnetzwerk Animus

Die Art, in der Menschen untereinander kommunizieren und ihr Leben sowie Zusammenleben organisieren, ist im Wandel begriffen. Das Internet wird zu einem eigenen virtuellen Lebensraum, den wir nutzen möchten, um in unseren gebauten Quartieren den Service auszubauen und die Nachbarschaft positiv zu unterstützen. Mit dem Quartiersnetzwerk Animus ist INTERBODEN die konsequente Fortsetzung ihrer Lebenswelten® Philosophie in das digitale Zeitalter gelungen. Bei Animus – lateinisch für Seele – ist der Name Programm: Als zusätzliches Serviceangebot und guter Geist des Quartiers assistiert das Informations- und Dienstleistungsportal den Bewohnern, sorgt für die schnelle und direkte Kommunikation untereinander und erhöht den Komfort im Quartier.

Sonderwunschartwicklung

Immer mehr Kunden wünschen sich individuell ausgestattete Wohnungen. INTERBODEN hat deshalb das Sonderwunsch-Management neu organisiert sowie die Ausstattungsqualitäten und die Abläufe für die Beratung neu strukturiert und für den Kunden nachvollziehbar und transparent gestaltet. Das sichert die Effizienz, damit die Kundenbetreuer noch besser die individuellen Wünsche und Bedürfnisse der Kunden berücksichtigen können. Der für jedes Immobilienprojekt individuell erstellte Sonderwunschkatalog wird ständig auf Basis der Beratungsgespräche und Rückmeldungen durch Kunden angepasst.

INTERBODEN Musterwelten

Die Ausstattung der eigenen Immobilie will gut überlegt sein. Neue Ausstellungsräume im INTERBODEN Haus, die für eine ausführliche und anschauliche Beratung konzipiert wurden, erleichtern den Kunden die zielgerichtete und individuelle Ausstattung ihrer Wohnung. Die INTERBODEN Musterwelten bieten eine neue Form der Bemusterung und unterstützen den ganzheitlichen Ansatz in der Kundenbetreuung. Kunden finden alles an einem Ort – ein durchdachtes System innenarchitektonischer Lösungen, vom abstrakten Mustermarkt bis hin zum realen Einbau der Materialien im Wohnumfeld. ■



Was meinen Sie:

- ➔ Empfinden Sie unsere Homepage als benutzerfreundlich?
- ➔ Glauben Sie, dass durch die Sonderwunschartwicklung und die Musterwelten die Auswahl der Wohnungsausstattung erleichtert wird?
- ➔ Hat eine gelebte Unternehmensphilosophie, basierend auf unserem Wertesystem, für Sie als Kunde eine Bedeutung?
- ➔ Erleben Sie die innovativen Bausteine bei den INTERBODEN Projekten?

■ www.lebenswelten-online.de

Quartiersnetzwerk
Animus

Sonderwunschartwicklung

INTERBODEN
Musterwelten

2012

Dr. Reiner Götzen:

„Wir wollen unsere Leistungen an den Wünschen der Kunden orientieren“

Der Wohnungsbau boomt. Der Markt läuft. Allerorten entstehen Quartiere, die mit ihrer Formensprache und ausgewogenen Proportionen gefallen und modernen Wohnraum bieten. Doch Dr. Reiner Götzen reicht die formale Qualität seiner Projekte allein nicht mehr aus. Er setzt verstärkt auf die Nähe zum Kunden und die Soft-Facts – beim Bauen, in der Verwaltung und beim Service.

Gab es einen Auslöser für die Neuorientierung?

Dr. Reiner Götzen: Es war wohl eher ein Prozess. Wir haben uns in den vergangenen Jahren aus einem kleinen Familienunternehmen heraus entwickelt, in dem die gelebte Kultur „jeder hilft jedem“ alleine nicht mehr ausreicht. Heute benötigen wir eine stringente Organisationsstruktur, die alle Unternehmensbereiche zusammenführt und die den Kunden in den Mittelpunkt stellt. Das haben wir in Briol (siehe Seite 2) deutlich herausgearbeitet.

Können Sie ein konkretes Beispiel nennen?

RG: Ein weiterer Auslöser war für mich das Aha-Erlebnis, nachdem wir die Sonderwunschberatung durch speziell ausgebildete Mitarbeiter in unseren neuen Musterwelten kundenorientiert organisiert hatten. Das Projekt war aus der Not geboren – der Umfang der Sonderwünsche hatte sich vervierfacht – und ist zur Erfolgsstory geworden, weil die Zufriedenheit der Kunden deutlich gestiegen ist. Für dieses Ziel haben wir tagelang die Prozesse des Sonderwunschmanagements detailliert und sauber beschrieben sowie datentechnisch hinterlegt, was die Abwicklung für uns effizient und für den Kunden transparent und nachvollziehbar gestaltet. Und wir haben mit viel Aufwand und Engagement in eigens dafür hergerichteten Räumen unsere INTERBODEN Musterwelten eingerichtet, in

denen die Kunden umfassend beraten werden. Diese Erfahrungen wollen wir jetzt weitertragen in alle Bereiche von der Planung über die Bauleitung bis zur Verwaltung, und zwar mit der Methode „Lean Management“ (Erläuterung siehe Infokasten).

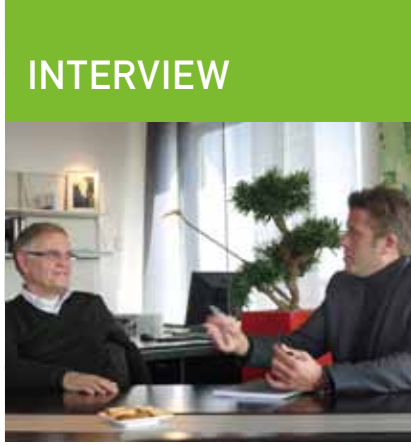
Wie profitiert der Kunde von „Lean Management“?

RG: Wenn die Unternehmensstrukturen und die Prozesse im Sinne von „Lean Management“ klar und nachvollziehbar beschrieben sind, können wir nicht nur unsere Kunden, sondern auch unsere Partnerunternehmen besser informieren und in den Gesamtprozess einfacher einbinden. Unsere Reaktionszeiten bei Anfragen werden kürzer und Missverständnisse reduziert, weil wir alle Beteiligten mit ihren Rechten und Pflichten in die Prozesse integrieren. Hierdurch werden die notwendigen wechselseitigen Abhängigkeiten beim Kauf einer Wohnung, dem Notarvertrag, den Zahlungsweisen oder ►►

„Lean Management“

„Lean Management“ ist ein weiteres Prozessmedium, das INTERBODEN in diesem Jahr für das ganze Unternehmen einführen wird. „Lean Management“ liegt der gleiche Denkansatz zugrunde wie der Baumethode Lean Construction: die Prozessabläufe und Workflows zu verschlanken und effizienter zu gestalten, um sie damit transparenter, nachvollziehbarer und kontrollierbarer zu machen. „Lean Management“ baut auf ein stärkeres Miteinander im Unternehmen, um Fehlerquoten zu senken, bei terminlichen Engpässen rechtzeitig harmonisierend gegenzusteuern und Mitarbeiter bestmöglich zu unterstützen, um das Gesamtziel zu erreichen.

INTERVIEW



bei der Realisierung seiner Sonderwünsche besser verständlich und nachvollziehbar. Offenheit und Klarheit schaffen Vertrauen und dies wollen wir von Anfang an. Bei unserer Neuorientierung werden die Themen Information und Kommunikation eine noch stärkere Rolle spielen.

Dies beginnt bereits beim ersten Verkaufsgespräch...

RG: ..., indem wir den Kunden genau darüber informieren, was er beim Kauf seiner Immobilie bekommt und was nicht. Unsere Vertriebsmitarbeiter sind fester Bestandteil unseres Dienstleistungsprozesses und verfügen alle über eine langjährige Immobilienerfahrung – teilweise sind sie bereits seit über 20 Jahren bei uns. Sie werden sehr früh in die Entwicklungs- und Planungsprozesse unserer Projekte mit eingebunden, kennen die Organisationsstruktur unseres Unternehmens und wissen, wie wichtig bereichsübergreifende Kommunikation und genaue, ehrliche Informationen im Verkaufsprozess sind. Unsere Produkte bieten eine Reihe von Besonderheiten, deren Mehrwerte wir deutlich und transparent kommunizieren müssen. Für später gut funktionierende Hausgemeinschaften ist es uns wichtig, dass wir solche Kunden gewinnen, die die Mehrwerte wie beispielsweise den Komfort durch Serviceleistungen in unseren innerstädtischen Quartieren schätzen und auch nach Einzug in ihre Immobilie zu dem gewählten Konzept stehen.

Ab wann erfolgt die Begleitung durch einen Kundenbetreuer?

RG: Unmittelbar nach Abschluss des Kaufvertrages. Seine Aufgabe ist es, das beim Verkauf aufgebaute Vertrauen weiter zu festigen, und zwar durch eine professionelle Beratung bei der Wohnungsausstattung und eine vertrauensvolle Begleitung bis zum Einzug. Der Kundenbetreuer übernimmt in unserem Verständnis als Dienstleistungsbausträger einen ganz wichtigen Part. Damit stellen wir dem Kunden über den gesamten Bauprozess so weit wie möglich nur einen Ansprechpartner an die Seite, der seine Interessen gegenüber dem Bausträger und der Bauleitung wahrnimmt und auch die Umsetzung seiner Sonderwünsche kontrolliert. Das klappt inzwischen

recht gut. Auch Baustellenbesuche erfolgen ausschließlich zusammen mit ihm. Die Bauleitung, die bisher die Kundenbetreuung nebenher mit übernommen hatte, kann sich damit auf eine gute Ausführungsqualität konzentrieren.

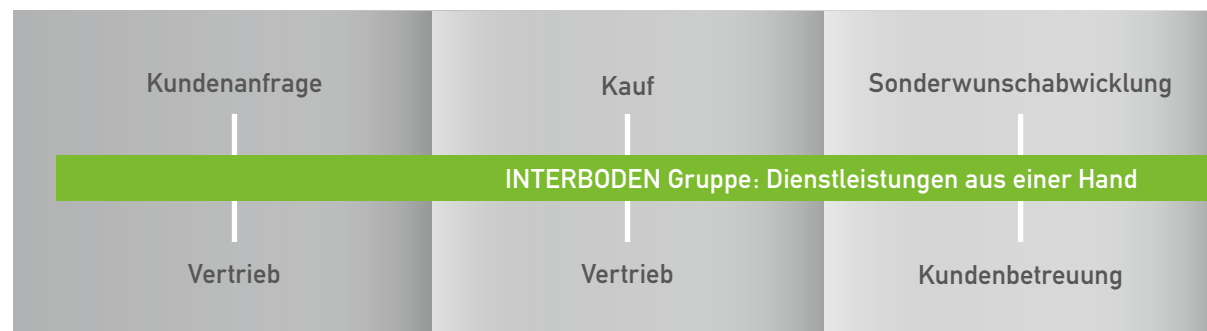
Die Bauqualität und die reibungslose Übergabe der Wohnungen wollen Sie durch die Baumethode „Lean Construction“ erhöhen?

RG: Ja, das ist unser erklärtes Ziel. Auf der Pilotbaustelle in Köln-Kalk, wo wir erstmals das Taktverfahren aus der Automobilindustrie auf die Baurealisation übertragen haben, werten wir gerade unsere Erfahrungen aus. Bei dieser Baumethode wird mit den ausführenden Firmen wöchentlich ihr jeweiliges Arbeitskontingent durchgesprochen und arbeitstäglich kontrolliert sowie bewertet. Das führt zu einer höheren Effizienz und Termintreue bei den Handwerkern. Die Baustelle ist gut geführt und sauber, was auch Vertrauen beim Kunden schafft. Der Stress am Ende der Bauzeit, wo sich die Gewerke üblicherweise gegenseitig auf den Füßen stehen, entfällt. Wir müssen aber auch bedenken, dass in Köln-Kalk unser VILIS Projekt entsteht – mit reduzierten Wahlmöglichkeiten für den Kunden hinsichtlich seiner Wohnungsausstattung. Lean Construction auf alle künftigen INTERBODEN Projekte zu übertragen, setzt noch eine Reihe von Anpassungen voraus. Insbesondere müssen wir einen Weg finden, die oftmals sehr spät kommenden Sonderwünsche unserer Kunden in den Prozessablauf mit den Handwerkern einzubinden. Das wird nicht einfach sein, aber wir sind zuversichtlich.

Hat das für den Käufer eine Reduzierung seiner Wahlfreiheit in Bezug auf Sonderwünsche bei INTERBODEN Projekten zur Folge?

RG: Nein, aber wir müssen die Prozesse stringenter organisieren und dem Kunden deutlicher kommunizieren, bis wann er sich entscheiden muss. Auch beim Autokauf können Sie nachträglich nichts mehr an der Ausstattung ändern, wenn Ihr Wagen zum ausgemachten Termin geliefert werden soll. Das ist ein Lernprozess für beide Parteien, den wir bei unseren Kunden forcieren müssen, indem wir ihnen das

Dr. Reiner Götzen:
„Vertrauen schaffen durch eine konsequente, persönliche Kundenbetreuung vom Verkauf bis zum Immobilienmanagement über Jahrzehnte hinweg.“



Geschäftsführung



INTERBODEN –
das kundenorientierte
Unternehmen

Zeitfenster für die Auswahl und Festlegung ihrer Sonderwünsche so früh wie möglich genau definieren. Selbst wenn der Kunde für eine Verzögerung bei der Fertigstellung seiner Wohnung selbst aufkommen will, führt dies zu erheblichen Schwierigkeiten, weil dadurch der gesamte Bauablauf durcheinander gerät und sich auch die anderen Fertigstellungstermine für die anderen Bewohner verschieben.

Das Thema Abnahme/Übergabe ist ohnehin nicht einfach?

RG: Ja, weil sich die Erwartungen an das Produkt Immobilie einem Apple-Produkt nähern. Wenn ich ein iPad erwerbe, darf da nicht der Hauch von irgendeiner Beanstandung sein. Unsere Wohnung ist aber kein Apple-Produkt und wird es auch nie werden, weil es kein Massenprodukt ist. Es ist ein Unikat mit Sonderwünschen und Anpassungen, eine Einzelanfertigung, die bis zu 20 Gewerke bei Wind und Wetter erstellen. Das wird vielfach vergessen. Die Anforderungen an die Perfektion sind ins Unendliche gewachsen; das ist ein gesellschaftliches Problem. Da müssen wir als Bauträger auch von unseren Kunden Verständnis einfordern. Gegen berechnete Beanstandungen ist nichts einzuwenden. Aber hin und wieder müssen wir auch unsere ausführenden Handwerkerfirmen schützen.

Ist das Festlegen eines verbindlichen Zeitrahmens bei den Abnahmen ein Weg zu mehr Kundenzufriedenheit?

RG: Hierdurch soll dem deutlich gestiegenen Absicherungsbedürfnis der Kunden Rechnung getragen werden, indem wir der Bauleitung und den Handwerkern durch Vor-Abnahmen mehr Zeit für die Beseitigung von Mängeln und kleineren Beanstandungen einräumen. Den Zeitdruck in der Phase der Endfertigstellung federn wir dadurch ab und müssen den Kunden nach seinem Einzug nicht mehr stören. Letztlich versprechen wir uns aber auch von der Baumethode „Lean Construction“ hierzu einen wesentlichen Beitrag.

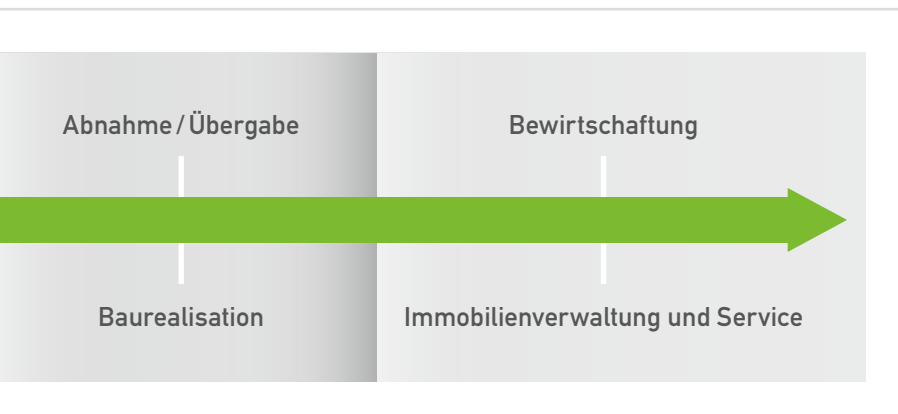
Die mängelfreie Wohnung ist sicher eine gute Vertrauensbasis für die anschließende Kundenbetreuung durch die Immobilienverwaltung?

RG: Eindeutig Ja. Genauso wichtig sind aber auch die Dienstleistung und der Service, den der Käufer durch die Kundenbetreuung während der aktiven Zeit des Bauens erfahren hat. Das ist erlebtes und verdientes Vertrauen, auf das die Mitarbeiter der Immobilienverwaltung aufbauen können. Aber die Verwaltung muss dann natürlich auch gut funktionieren. Das ist unser Ziel, und da müssen wir sicher noch nachbessern. Das habe ich zur „Chefsache“ gemacht.

Ihr Ziel dabei ist die Rund-um-Sorglos-Begleitung des Kunden?

RG: Ja, weil dauerhaft gut gepflegte Immobilien und intakte Hausgemeinschaften einen hohen Wohlfühlfaktor haben. Das lässt sich langfristig mit rein statischem Verwalten nicht erreichen. Wir identifizieren uns im hohen Maße mit der Qualität unserer Quartiere und möchten deshalb durch ein pro-aktives Zugehen auf die Bewohner, durch sorgsame Pflege und das stets

Dr. Reiner Götzen: „Die neue Organisationsstruktur formiert sich um den Kunden als Mittelpunkt. Die Bereichsleiter tragen die inhaltliche, persönliche und wirtschaftliche Verantwortung für ihre Abteilungen. Ein Koordinator übernimmt Katalysatorfunktion zwischen Kundenrückmeldungen und –wünschen und optimiert dafür die laufenden Prozesse.“





Was meinen Sie:

- Erkennen Sie in der strukturierten zeitlichen Taktung vom Lean Construction einen Vor- oder Nachteil für sich?
 - Wie finden Sie das Modell des persönlichen Kundenbetreuers?
 - Ist das Festlegen eines verbindlichen Zeitrahmens bei den Abnahmen ein Weg zu mehr Kundenzufriedenheit?
 - Welchen Mehrwert sehen Sie für sich in einer Langfristbetreuung durch Immobilienmanagement und Service?
- www.lebenswelten-online.de

creative Gestalten der Immobilie langfristig Flagge zeigen, um den wirtschaftlichen und sozialen Wert des Wohnviertels zu erhalten und gar zu steigern – über Jahrzehnte hinaus. Wenn ich aus diesem Geist heraus verwalte, dann können die Mitarbeiter unserer INTERBODEN Immobilien-Management gar nicht anders, als voll und ganz die Interessen der Käufer und Mieter zu vertreten, sonst funktioniert es nicht. Im Sinne unserer Neuausrichtung möchten wir zum einen mehr erfahren, wie der Kunde die Dienstleistungsqualität unserer Verwaltung tatsächlich erlebt, und zum anderen durch eine persönliche Begleitung des Käufers von Anfang an zu einem guten Vertrauensverhältnis mit offener Kommunikation und zu einer Identifikation mit „ihrem Bauträger“ beitragen.

Beim Kunden wird die Situation, dass Bauträger und Verwalter in einem Firmenverbund sind, häufig als Spannungsverhältnis gesehen und als kritisch erlebt?

RG: Ja, dabei ist das Grundmisstrauen völlig unangebracht. Wir können als Bauträger kein Interesse daran haben, berechtigten Beanstandungen von Kunden nicht zeitnah mit aller Vehemenz nachzugehen. Das tun wir auch, wenngleich es Interpretationsspielräume gibt, wo wir als Bauträger eine faire, vermittelnde Position zwischen den Beanstandungen der Kunden und den erbrachten Handwerkerleistungen einnehmen müssen. Auch bei der ersten WEG-Versammlung erleben wir, dass sich viele Kostenzuordnungen als interpretationsfähig erweisen. Dabei wird vielfach nicht bedacht, dass jede Immobilienverwaltung nur für die Beanstandungen aus dem Gemeinschaftseigentum und nicht für die aus den einzelnen Wohnungen zuständig ist. Das ist ein weites Feld, wo wir gerne mit offener und fairer Kommunikation, aber auch mit unserem Fachwissen, unseren Beitrag zur Kundenzufriedenheit verbessern möchten. Denn vom Grundsatz her ist es im Sinne einer Langfristbetreuung doch sympathischer einen Ansprechpartner zu haben, der zudem mit den Besonderheiten der Immobilie bestens vertraut ist, als alle drei Jahre einen neuen Verwalter zu beauftragen.

Zu Ihrem Konzept der Langfristbetreuung gehört auch der Komfort durch Service in den Quartieren?

RG: Das ist ein zukunftsweisendes Produkt, auf das wir schon seit Längerem setzen und mit dem wir zunehmend nicht nur bei den Bewohnern, sondern auch bei unseren institutionellen Investoren punkten können. Diese sehen es als echten Mehrwert an und erwarten dies sogar mittlerweile von einer modernen Verwaltungsgesellschaft. Bislang bieten wir unseren generationsübergreifenden Service nur in größeren Quartieren an, um die Dienstleistungen auf eine wirtschaftlich günstige Basis stellen zu können. Die Preisfindung

und das Identifizieren von zuverlässigen Kooperationspartnern wird dabei ein wichtiges Dauerthema für uns bleiben.

Wollen Sie künftig mit dem Kunden gemeinsam viele Aspekte der Dienstleistungen diskutieren und ihn und seine Wünsche stärker in die Produktentwicklung mit einbeziehen?

RG: Bei der Entwicklung unserer Service-App Animus haben wir durch die Rückkoppelung der Kunden gute Erfahrungen gemacht. Künftig wollen wir auch bei anderen Themen aus dem direkten und indirekten Dialog mit unseren Kunden Wissen, Wünsche und Erwartungen generieren, die wir dann – soweit wir das nachvollziehen können – auch entsprechend in unsere Produkt- und Dienstleistungsentwicklung einfließen lassen. Wir wollen wissen, wo der Beratungshorizont beim Kunden ist, mit dem er zufrieden ist. Aber auch, wo wir ihm eine Freude machen, wo wir über den Beratungshorizont hinaus kommen, ihn begeistern können, damit er sich in der Vielzahl der Leistungen im Gesamtunternehmen gut aufgehoben fühlt.

Das geht in Richtung virtueller Kommunikation?

RG: Das Internet bietet uns eine ideale Plattform und einen größeren Meinungsradius, den Kunden und seine Wünsche und Vorstellungen zu hören und wahrzunehmen, als es durch persönliche Gespräche und Begegnungen möglich ist. Diesem Meinungsaustausch im Internet und in den sozialen Medien können wir ohnehin nicht entgehen, denn er findet im Zweifelsfall auch ohne uns statt. Deshalb möchten wir die Chance jetzt offensiv nutzen und hoffen doch sehr, neben den kritischen Stimmen auch zu erfahren, welche Leistungen von den Kunden als besonders positiv empfunden werden.

Warum betreiben Sie für sich und Ihr Unternehmen diesen immensen Aufwand?

RG: Weil wir gestiegene Anforderungen auf Kundenseite haben, und es mir und meinen Mitarbeitern Spaß macht, für die neuen Anforderungen Lösungen zu finden, um unsere Produkte und Leistungen noch näher am Kunden auszurichten. Das ist ein spannendes Thema, dem wir uns gerne stellen, auch aus wirtschaftlichen Überlegungen. Wir wollen zufriedene Kunden, die Spaß an unseren Produkten und Leistungen haben. Nicht nur heute, sondern auch morgen. ■

Gesundheit am Arbeitsplatz: Vorbild macht Schule

Sportlich war man bei INTERBODEN schon immer. Firmenfahrräder für kurze Erledigungen in der Mittagspause, Fußballtreffs, Fitnesskurse und Teilnahme an Wettkämpfen wie „run-for-ideas“ gehören zum Standardprogramm. Doch seit Briol und der Implementierung eines betrieblichen Gesundheitsmanagements sind gesunde Ernährung,



Sport und die richtige Balance zwischen Anspannung und Entspannung noch stärker in den Fokus gerückt. Und das mit Erfolg!

20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich für das Ernährungskonzept metabolic-balance entschieden und dabei nicht nur zwischen fünf und 23 Kilo verloren, sondern auch spürbar mehr persönliches Wohlbefinden erreicht. Weiterer positiver Effekt: Das Vorbild der Kollegen macht Schule. „Statt sich auf die Schnelle mit Fastfood zu versorgen, entspannt man sich beim gemeinsamen Mittagessen, bei dem Obst und Gemüse deutlich mehr Raum einnehmen als früher“, weiß Gabi Kümpfel von der Arbeitsgruppe Gesundheitsmanagement zu berichten.

Einen weiteren Kick in Richtung Aufmerksamkeit für die eigene Leistungsfähigkeit erwarten die Initiatoren vom INTERBODEN Gesundheitstag, der am 22. März stattfand und künftig jährlich organisiert werden soll. Für ein spannendes Programm sorgte ein Team aus Neurowissenschaftlern und Leistungssportlern der MBA Academy mit Fachvorträgen zum Thema „Ernährung und Vitalität“, mit Teamübungen sowie Anregungen zu vitalem Essen. Wer es genau wissen wollte, für den boten die Experten einen Check der eigenen Vitalität und Stressresistenz an. 42 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben teilgenommen. Mehr dazu erfahren Sie in der nächsten Ausgabe der LEBENSWELTEN. ■



Dazulernen bitte!

INTERBODEN unterstützt die Forderung nach „Lebenslangem Lernen“ in vielfältiger Hinsicht. Das beginnt bereits beim Thema Schulpraktika und anderen Kooperationen, die frühzeitig eine Brücke zwischen Schule und Unternehmen schlagen. Das Bildungsprojekt „Schüler im Chefsessel“ gehört beispielsweise zu den Initiativen, die INTERBODEN gerne unterstützt. Erst jüngst konnte der Gymnasiast Sam Dianati einen Unternehmeralltag live erleben – von der Mitarbeiterbesprechung im Planungsteam des Architekturbüros über einen Baustellenbesuch, einem Abstimmungstermin beim Stadtplanungsamt bis zum Resümeegespräch mit dem Firmeninhaber Dr. Reiner Götzen.

Traditionell ist INTERBODEN auch Ausbildungsbetrieb. Vier Auszubildende, die in vier unterschiedlichen Berufsfeldern ausgebildet werden, streben derzeit ihren Abschluss vor der Industrie- und Handelskammer an. Dabei

gehören die klassischen Ausbildungswege eines Immobilienunternehmens, wie Bauzeichnerin und Immobilienkauffrau, ebenso dazu wie die Ausbildung in der IT zum Fachinformatiker für Systemintegration und zur Informatikkauffrau.

Viel Wert legt INTERBODEN zudem auf die Unterstützung von Studenten und Doktoranden bei der Begleitung von Diplom- und Doktorarbeiten, um Forschung und Wissenschaft stärker mit dem Unternehmensalltag zu verbinden und voneinander zu lernen. Werkstudenten sind gern gesehene Mitarbeiter, die später auch vielfach übernommen werden.

Last but not least gehören auch in- und externe Schulungsmaßnahmen für die Mitarbeiter dazu, wie IT-Schulungen, aber auch spezielle Fortbildungen wie „Grandios bauen, exzellent beraten und kommunizieren“. ■



Sam Dianati fühlt sich sichtbar wohl im Chefsessel. Das Bildungsprojekt soll dazu dienen, Jugendlichen ein Bild vom ganz „normalen“ Unternehmer und seinem Alltag zu vermitteln.



Mehr Mitsprache: INTERBODEN lädt zum Gedankenaustausch ein

Bisher wurden die vielen kleinen und großen Bausteine bei der Quartiersentwicklung am „grünen Tisch“ und im direkten Gespräch mit einem kleinen Kreis von Kunden entwickelt. Jetzt geht INTERBODEN einen Schritt weiter und öffnet sich für den digitalen Dialog im Internet.

Diese Ausgabe der LEBENSWELTEN soll dafür den Auftakt bilden. „Wir wollen den Kunden stärker in die Quartiersbildung und in unsere weiteren Entwicklungen zum Dienstleistungsbauträger einbinden“, beschreibt Dr. Reiner Götzen das Ziel seiner Kommunikations-offensive. „Wir wollen wissen, was der Kunde wirklich will und tatsächlich benötigt.“ Das bisherige Problem für INTERBODEN: „Wir können unseren Kunden nur vor die Stirn schauen und kommen so eventuell zu Lösungen, die er vielleicht gar nicht will.“ Anstatt sich in Annahmen zu verlieren, sollen unsere Kunden und selbstverständlich auch unsere Marktpartner (wie beispielsweise Architekten, Fachingenieure, ausführende Firmen) jetzt die Möglichkeit haben, sich mit ihren Anregungen und Wünschen, aber auch mit ihrer Kritik oder ihren Fragen unmittelbar einzubringen.

zusammensetzt, hat beispielsweise die Entwicklung der Service-App Animus maßgeblich mit begleitet. Auch über Blogs und Soziale Netzwerke steht das Unternehmen im Austausch mit Kunden und interessierten Bürgern.

Für Dr. Reiner Götzen sind dies jedoch nur die ersten Schritte in die digitale Welt. „Was mir vorschwebt ist, über den offenen Dialog im Internet einen Meinungsradius zu erreichen, der über die konventionellen Informationswege ansonsten nicht möglich ist. Schließlich hat jeder Mensch einen ganz eigenen Erlebens- und Erfahrungshorizont, wie er die Marke INTERBODEN subjektiv erlebt und beurteilt.“

Als schnelles und unkompliziertes Diskussionsforum will das Unternehmen jetzt auch mit seiner Firmenzeitschrift LEBENSWELTEN das Internet nutzen, indem sie diese Ausgabe ergänzend online zur Verfügung stellt – mit einer Kommentarfunktion zu jedem Artikel. Wir laden Sie ein, diese Kommentarfunktion zu nutzen. Zusätzlich haben wir auch einige Fragen vorbereitet, bei denen wir uns über eine Abstimmung freuen würden. Aber auch Briefe und E-Mails sind selbstverständlich hoch willkommen. ■



Was meinen Sie:

- Teilen Sie uns Ihre Meinung mit:
- www.lebenswelten-online.de
- lebenswelten@interboden.de

Bereits in der Vergangenheit hat INTERBODEN den Gedankenaustausch mit dem Kunden auf unterschiedlichen Wegen gesucht. Der Zukunftsbeirat, der sich aus einem kleinen Kreis von Kunden

Kommunikation via Social Web

Der erste Eindruck zählt – aber auch der zweite, dritte und vierte. Die Zufriedenheit unserer Kunden entscheidet sich an vielen kleinen Berührungspunkten. Diese Berührungspunkte sind all jene Erlebnisse und Situationen, in denen Kunden und andere Marktpartner mit der Marke INTERBODEN, ihren Produkten und ihrem Service in Berührung kommen. Aus der Gesamtheit dieser subjektiven Erfahrungen ergibt sich die Kundenzufriedenheit. Daher ist es INTERBODEN wichtig, in einen offenen, ehrlichen und konstruktiven Dialog mit ihren Kunden und Marktpartnern zu treten, um mehr über die Wirkung der Marke zu erfahren. Zudem möchten wir von INTERBODEN unsere Kunden bereits frühzeitig in Prozesse einbinden, um nicht an ihren individuellen Wünschen und Bedürfnissen vorbei zu planen.

Das Social Web bietet hierfür die ideale Plattform, da es eine schnelle und unkomplizierte Rückmeldung und eine aktive Teilnahme interessierter Kunden und Marktpartner gestattet. Die Form des Feedbacks kann dabei variieren – von einer wortreichen, differenzierten Darlegung der eigenen Meinung bis hin zu einem Klick auf „Gefällt mir“ ist alles möglich.





Nachgefragt bei INTERBODEN Immobilien-Management (IIM): Bauträger und Verwaltung unter einem Dach – Vorteil oder Nachteil?

Wer in Deutschland eine Neubauwohnung kauft, bestellt bereits mit der Teilungserklärung den Verwalter für einen Zeitraum von bis zu drei Jahren. Dies ist gängige Praxis, da der Verwalter im Vorfeld der Wohnungsfertigstellung eine Reihe von Aufgaben zu regeln hat, wie die Abwicklung der Verträge mit den Versorgern, die Aufstellung des Wirtschaftsplans etc. Das heißt, auch schon vor der Wohnungsübergabe müssen Bauträger und Verwalter für die spätere Eigentümergemeinschaft Hand in Hand arbeiten.

Schätzungsweise 15 bis 20 Prozent der Bauträger in Deutschland bieten ihren Kunden die Verwaltung aus dem eigenen Hause an. Hierzu gehört traditionell auch INTERBODEN. Bei den Bauträgern ohne eigene Verwaltung fühlen sich die meisten nach Ablauf der 5-jährigen Gewährleistungsfrist nicht mehr für die von ihnen entwickelte Immobilie verantwortlich. INTERBODEN hingegen bleibt als ganzheitlich denkender Projektentwickler gerne langfristig in der Verantwortung und engagiert sich über die Verwaltungsgesellschaft INTERBODEN Immobilien-Management (IIM) für die Werterhaltung und gute Pflege „seiner“ Immobilien und für ein proaktives Betreuen „seiner“ Bewohner.

Die Verwaltung gehört bei INTERBODEN von Anfang an zum Projektentwicklungsteam, kennt somit alle Details der Immobilie und meldet ihre Belange für eine professionelle und effiziente Bewirtschaftung rechtzeitig an. Durch die IIM im eigenen Hause hat der Verwalter kurze Wege zu seinen Bauträgerkollegen, die bei Gewährleistungs-

mängeln direkt auf die ausführenden Gewerke zugreifen können und aufgrund ihrer eigenen Haftung an einer schnellen Erledigung interessiert sind.

Als INTERBODEN Gruppe hat das Unternehmen ein wirtschaftliches Interesse, den Kunden vom Erstkontakt bis zur Wohnungsübergabe und weit darüber hinaus optimal als Empfehlungsgeber der Zukunft zu begleiten. Denn jeder zufriedene Kunde ist für uns ein Empfehlungsgeber und Meinungsmultiplikator. Die Befürchtung, dass ein möglicher Interessenskonflikt entsteht und dass kein konsequentes Durchgreifen der Verwaltung gegenüber dem Bauträger erfolgt, kann schon allein dadurch entkräftet werden. Denn im Sinne unseres ganzheitlichen Markenverständnisses trägt jeder Unternehmensbereich zum Gesamtbild von INTERBODEN bei. ■



Was meinen Sie:

- Fühlen Sie sich von Ihrer Immobilienverwaltung gegenüber dem Bauträger optimal vertreten?
 - Wie kompetent erleben Sie die Verwaltung?
 - Sind Sie mit der Serviceorientierung und den Kontaktmöglichkeiten zufrieden?
 - Wünschen Sie sich mehr Informationen von Ihrem Verwalter oder Ihrem Beirat?
- www.lebenswelten-online.de

Gut zu wissen:

- Die Aufgaben des Immobilienverwalters sind im WEG-Gesetz geregelt.
- Der Verwalter ist grundsätzlich Anwalt der Eigentümergemeinschaft, d.h. seines Auftraggebers.
- Es besteht eine Selbstverpflichtung zur Überparteilichkeit und eine klare Rollendefinition, die im Einzelfall auch zur Einleitung rechtlicher Schritte gegenüber dem Bauträger führen muss.
- Der Verwalter ist nur für Beanstandungen aus dem Gemeinschaftseigentum zuständig, nicht für solche aus den einzelnen Wohnungen (Sondereigentum).
- Einen guten Verwalter erkennt man beispielsweise an der Erfüllung der Prüfvorgaben des Verbandes nordrheinwestfälischer Immobilienverwalter e.V. Auch sind eine Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001 sowie ein ausreichender Versicherungsschutz wünschenswert.



Nachgefragt bei INTERBODEN Service Plus (ISP):

Wie viel Service wünschen Sie?



Wohnen durch Service mit mehr Komfort zu verbinden, diese Dienstleistungsidee kommt aus Amerika. Die Idee „Wohnen und Service zu vereinen“ hat INTERBODEN schon früh aufgegriffen und als einer der Ersten in der Immobilienbranche verankert. Für uns ist das „Soziale“ ein wichtiger Baustein nachhaltiger Wohnungsbauentwicklung. Die generationenübergreifenden Serviceleistungen sind Teil unseres Markenverständnisses und bilden einen wichtigen Baustein der INTERBODEN Lebenswelten®.

In unseren größeren Wohnquartieren bietet die Servicegesellschaft INTERBODEN Service Plus ein Komfortangebot für alle Bewohner an. Ein ansprechend gestalteter, zentraler Service-Point ist erste Anlaufstelle für die Bewohner, die hier wohnbegleitende haushaltsnahe Dienstleistungen nach eigenem Bedarf und zu moderaten Preisen beauftragen können. Die Kosten für die Vorhaltung der Räume des Service-Points, des Personals und des Serviceangebots werden durch eine obligatorische Servicepauschale abgedeckt. Aus einer Palette von rund 40 Angeboten kann sich jeder Bewohner sein persönliches Servicepaket zusammen stellen. Außerdem können sie Gästeapartments, Konferenz- und Mehrzweckräume buchen, Informationen zu organisatorischen Fragen im Quartier erhalten und ihre Anliegen für andere INTERBODEN Gesellschaften abgeben – nach dem Prinzip „alles aus einer Hand“. Zudem organisiert das Team vom Service-Point Bewohnerfeste, Sportkurse und sonstige Aktivitäten.

Eng orientiert an den Wünschen unserer Kunden entwickeln wir das Serviceangebot ständig weiter. Drei unterschiedliche Servicequalitäten haben sich bisher herausgebildet: Services zur Erleichterung des Lebens, Services zum Mitmachen, Services zum Selbstmachen.

Für die Bewohner bedeutet dies, dass sie von der Beauftragung bis zur Abrechnung nur einen Ansprechpartner haben. Der überwiegende Teil der angebotenen Leistungen wird durch eigenes ISP-Personal ausgeführt, wie beispielsweise Änderungsatelier, Brötchenlieferservice, Handwerkertätigkeiten, Wohnungs- und Kleintierbetreuung. So entstehen Kundennähe und Vertrauen als wesentliche und unverzichtbare Bausteine des INTERBODEN Servicekonzepts.

Leben mit dem INTERBODEN Service bedeutet, sich auf die wesentliche Dinge im Leben konzentrieren zu können und die unlieb-same Hausarbeit in professionelle Hände abzugeben. Ein deutliches Plus für mehr Lebensqualität. ■

Was meinen Sie:

- Um das Serviceangebot gewährleisten zu können, muss INTERBODEN eine Servicepauschale erheben. Sind Sie bereit, für diese Steigerung der Lebensqualität einen finanziellen Beitrag zu leisten und welche Höhe erscheint Ihnen hierfür angemessen?
- War oder wäre das Servicekonzept für Sie ein Argument für eine INTERBODEN Immobilie?
- Erleben Sie bereits die Vorteile des Service-Points oder würden Sie sich ein solches Angebot wünschen?
- Welche Serviceangebote sind oder wären für Sie ein klarer Gewinn an Lebensqualität?
- Welche konkreten Wünsche und Anregungen haben Sie in Bezug auf den bereits bestehenden Service z.B. Öffnungszeiten, Angebote etc.?

■ www.lebenswelten-online.de



Nachgefragt bei INTERBODEN Innovative Lebenswelten:

Wie bewerten Sie neue Baumethoden zur Qualitätsverbesserung?

Bauen ist ein Traditions Handwerk. Zwar haben sich die Bauqualitäten und Bauzeiten Jahr für Jahr durch den Einsatz von Betonfertigteilen, intelligenteren Baumaterialien und -techniken, durch die IT etc. stark optimieren lassen. Was jedoch bleibt, ist dass die Fertigstellung einer Immobilie Gewerk für Gewerk abläuft. Für stringente und optimierte Abläufe bietet die Baumethode Lean Construction eine neue Herangehensweise gegenüber der klassischen Bauausführung. Diese von Porsche Consulting entwickelte Methode basiert auf den Produktionsprinzipien der Automobilindustrie. Erst wenige Generalunternehmer nutzen Lean Construction, die eine Bauabwicklung schlank, termingerecht und nahezu fehlerfrei macht. Die Tochter VILIS von INTERBODEN gehört zu den wenigen, die bereits nach diesem Prinzip bauen und somit zu den Vorreitern in der Branche. Erstmals von VILIS angewandt wurde Lean Construction bei einem Pilotprojekt in Köln-Kalk, das im ersten Teilabschnitt im März an die Erwerber übergeben wurde.

Noch steht das endgültige Fazit aus. Aber schon heute zeichnet sich deutlich ab: Die Initiative und das Investment von INTERBODEN, durch neue Wege bei der Bauabwicklung eine höhere Kundenzufriedenheit zu erreichen, wird sich auszahlen. Die vorgelagerte, detaillierte Produktionsplanung, die Taktsteuerung mit der täglichen Qualitätskontrolle und das verantwortungsvolle Miteinander aller Beteiligten führen zu insgesamt saubereren Abläufen auf der Baustelle. Auch die Handwerker profitieren, weil sie durch die feingliedrige Prozessgestaltung mit verbindlicheren Terminen ihre eigene Produktivität und ihr Verbesserungspotenzial deutlich ablesen können. Die engmaschige Kontrolle ist ein wichtiger Baustein der Methode, die ein komplettes Umdenken aller Beteiligten einfordert. Lean Construction setzt eine ganz neue Qualität der Arbeitsvorbereitung und der Dialogbereitschaft zwischen den Gewerken voraus, damit auf der Baustelle konstant und effizient gearbeitet werden kann.

So können auch den Erwerbern frühzeitig verbindliche Abnahme- und Übergabetermine mitgeteilt werden. Diese schlanken Prozesse können jedoch nur eingehalten werden, wenn Sonderwünsche und Ausstattungswünsche bereits frühzeitig von den Erwerbern festgelegt werden. Denn läuft der Gewerkezug einmal, dann sind kurzfristige Änderungswünsche nur mit großem Kosten- und Zeitaufwand in der Bauabwicklung möglich. ■



Was meinen Sie:

- ➔ Sind Sie der Meinung, dass die neue Baumethode ein guter Weg ist?
- ➔ Glauben Sie, dass für die Erwerber und Mieter die Vorteile von Lean Construction spürbar sind?
- ➔ Empfinden Sie den zeitlich stringenteren Rahmen für die Sonderwünsche und Ausstattungswünsche als Nachteil?

■ www.lebenswelten-online.de



Gut zu wissen:

- Gebaut wird in Deutschland immer noch hauptsächlich nach der klassischen Baumethode.
- Erst wenige Baufirmen, meist Generalunternehmer, nutzen die Methode Lean Construction.
- Vom Prinzip her wird das Produktionsband der Automobilindustrie auf den Bau übertragen. Unterstützt wurde die Planung und Umsetzung von Porsche Consulting.



Gut zu wissen:

- Eine Begehung dauert pro Wohnung ca. zwei bis drei Stunden. Am Ende steht ein digital erstelltes Protokoll mit den besprochenen, noch zu erledigenden Arbeiten.
- Für die Begehung des Gemeinschaftseigentums mit dem beauftragten Sachverständigen sind im Durchschnitt 20 Stunden anzusetzen.

Nachgefragt bei Architekturbüro

Dr. Reiner Götzen CREATIVES PLANEN:

Wie erreichen wir mehr Transparenz und Information bei Abnahmen und Übergaben der Immobilie?

Die Abnahme und Übergabe der Wohnung nach Fertigstellung sind komplexe Vorgänge mit weitreichenden Folgen für Erwerber und Bauherren. INTERBODEN hat deshalb das Abnahme- und Übergabeprozedere perfektioniert und transparent gestaltet. Zudem wurde der Schlussabnahme eine Vorbegehung vorgeschaltet, die drei bis vier Wochen vor der endgültigen Wohnungsübergabe stattfindet. Hierdurch wird der Kunde in den Prozess der Baufertigstellung optimal eingebunden und eventuell auftretende Mängel können frühzeitig erkannt und noch vor Schlussabnahme behoben werden. Die Vorbegehung erfüllt neben der Begutachtung der Wohnung

auch den Zweck, dass dem Erwerber das Prozedere der Schlussabnahme persönlich erläutert wird.

Im zweiten Schritt muss im Rahmen einer Begehung sowohl das Sondereigentum, also die Wohnung des Kunden, als auch bei einem weiteren Termin das Gemeinschaftseigentum überprüft und abgenommen werden. Der Kunde erhält zusammen mit der Einladung für die Begehung einen detaillierten Leitfaden über die zeitlichen und inhaltlichen Verpflichtungen bezüglich der für beide Seiten gültigen Übergabemodalitäten. Hier kann er nachlesen, welche Termine er persönlich (Sondereigentum) wahrzunehmen hat oder auch dem Gutachter (Gemeinschaftseigentum) überlassen kann und wie er zum Gelingen der Kaufübernahme beitragen kann. Denn nur wenn alle an einem Strang ziehen, ist dieser Prozess schnell und effizient abzuwickeln.

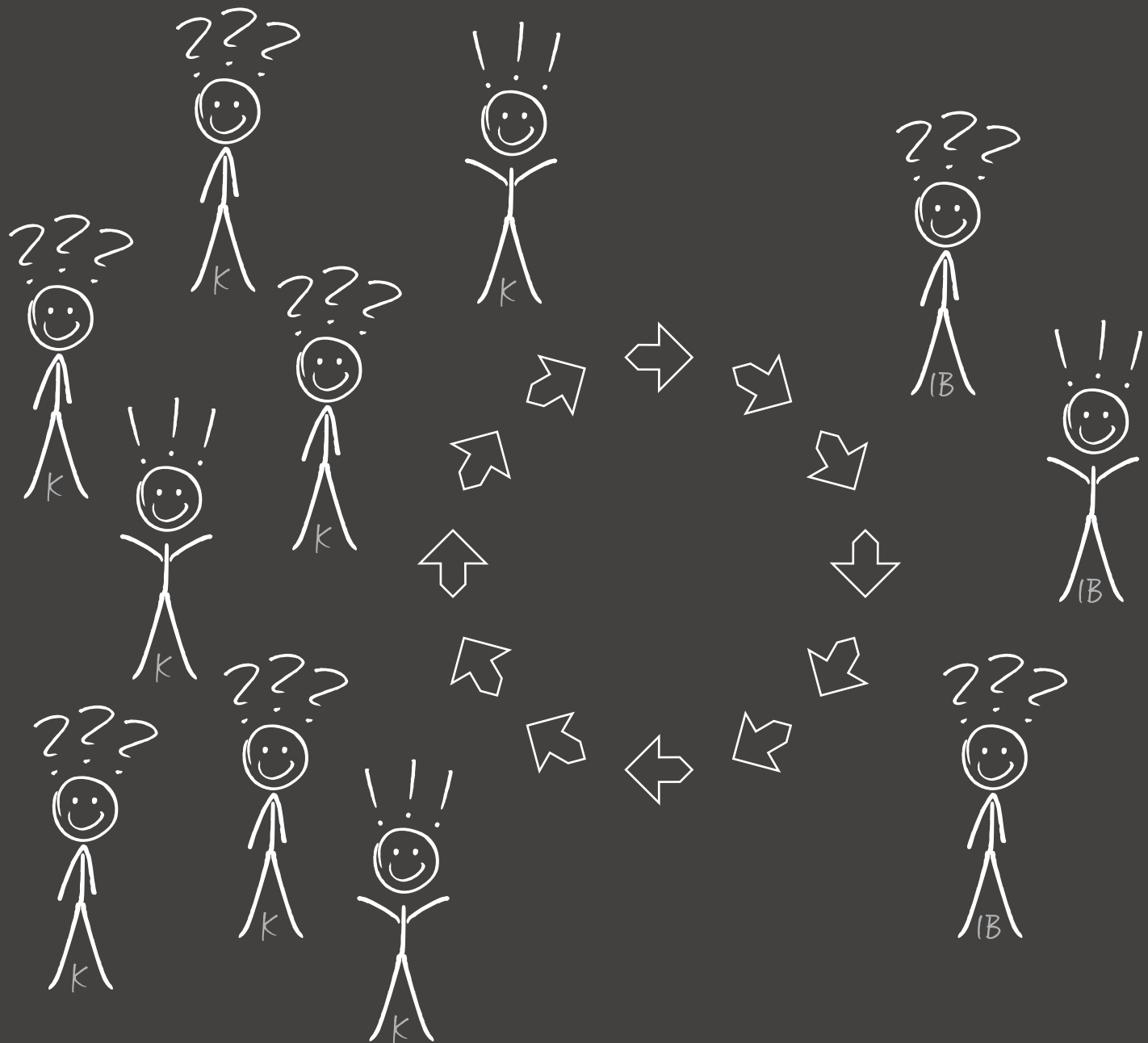
Die Ergebnisse der Begehungen werden durch Protokolle festgehalten und sind von beiden Seiten zu unterzeichnen. Wenn die Protokolle unterzeichnet und die Schlussrechnung geleistet ist, kann der Wohnungsschlüssel an den Erwerber übergeben werden. Ergeben sich im Vorfeld für den Erwerber Fragen, kann er diese mit seinem Kundenbetreuer oder dem Sekretariat der Bauleitung klären. ■



Was meinen Sie:

- Fühlen/fühlten Sie sich bei der Abnahme vorab gut informiert und gut beraten?
- Welche weiteren Informationen hätten Sie sich gewünscht?
- Wie bewerten Sie die Beratung und Begleitung während der Vor-/Abnahmen und der Übergabe?

■ www.lebenswelten-online.de



Wer fragt, gewinnt!

Wir von INTERBODEN möchten mit Ihnen ins Gespräch kommen, um Ihre Wünsche und Vorstellungen von lebenswerten Quartieren zu erfahren und welchen Service Sie als Kunde von uns erwarten. Machen Sie mit: www.lebenswelten-online.de



INTERBODEN
INNOVATIVE LEBENSWELTEN®

Impressum:

Ausgabe 1 | 2013 (April 2013)

Herausgeber:

INTERBODEN Innovative Lebenswelten®
Europaring 60, 40878 Ratingen
Telefon: 02102 - 91 94-0
www.interboden.de
V.i.S.d.P. Dr. Reiner Götzen

Konzeption/Redaktion:

tn unternehmenskommunikation, Mettmann

Gestaltung:

EPS Agentur für Kommunikation GmbH, Ratingen

Druck:

Woeste Druck, Essen

Fragen, Anregungen, Kritik:

Ansprechpartner: Dr. Reiner Götzen
E-Mail: lebenswelten@interboden.de