

Interview

Fürstenwalde, 2.12.2019

Manchmal ist es einfach – mehr Steckdosen für mehr Kundenzufriedenheit

Fragen an Emilia Almér Henßen, Business Expert und Customer Insight Analyst, Bonava Deutschland

Welches Ergebnis der Happy Quest 2019 hat Sie am meisten überrascht?



Überraschend fand ich, dass der perfekte Nachbar in Sachen „Verlässlichkeit, Verantwortungsbewusstsein und Ordentlichkeit“ in Deutschland weniger punktet als in den anderen Bonava-Ländern. Denn in Schweden – wo ich herkomme – würden viele „den Deutschen“ stereotypisch als ordentlich beschreiben. Auch bei den unerwünschten Nachbar-Eigenschaften ist „schlampig/unordentlich“ in Deutschland nicht so ein großes Thema wie in den anderen Ländern. Oder aber, vielleicht ist es gerade hierzulande weniger ein Thema, weil alle schon so ordentlich sind!? *(lacht)*

Wie gelingt es, dass die Erkenntnisse aus der Happy Quest auch tatsächlich bei Ihren Kunden ankommen?

Bei Bonava gibt es seit zirka einem Jahr ein Homes and Neighbourhood Team aus der Landschaftsarchitektin Grit Jopp, der Innenarchitektin Magdalena Hnatowicz und mir, mit Bauingenieurshintergrund. Unser Team vereint Erfahrungen aus unterschiedlichen Berufen, Bereichen und sogar Ländern. Wir beschäftigen uns unter anderem damit, unsere Vision zu erfüllen: Wie kann Bonava Wohnumfelder mit höchster Lebensqualität schaffen, in denen die Menschen glücklich sein können und sich wirklich zu Hause fühlen.

Außerdem wurde bei Bonava das sogenannte Happy Neighbourhood Tool entwickelt. Das Tool ist nicht nur ein interaktives Werkzeug, sondern eine Methodik, die uns bei der Entwicklung neuer Wohnprojekte unterstützt. Das Kundenfeedback aus Umfragen, Erfahrungen aus bereits realisierten Projekten sowie Input von repräsentativen Befragungen (wie Happy Quest) fließen in das Tool und folglich in unsere Projekte ein.

Können Sie ein Beispiel nennen, wie Studienergebnisse Ihre Wohnprojekte verändert haben?

Ein kleines, einfaches Beispiel ist die Anzahl der Steckdosen in unseren Wohnobjekten. Vor ein paar Jahren haben unsere Kunden öfter bemängelt, dass die Anzahl der Steckdosen nicht zeitgemäß war. Dieses Feedback haben wir ernst genommen und den Ausstattungsstandard deutschlandweit in unseren Projekten erhöht. Unsere jüngsten Umfragen zeigen deutlich, dass die Zufriedenheit bezüglich der Elektroausstattung gestiegen ist.

Welche Mittel nutzen Sie noch, um möglichst nah an den Kundenwünschen zu sein?

Wir sammeln systematisch und regelmäßig das Feedback unserer Kunden ein. Bereits vier bis acht Wochen nach der Schlüsselübergabe senden wir die erste Umfrage an die Käufer. Sie können von ihren Erfahrungen mit Bonava erzählen, auch ein erstes Feedback zu dem Leben in ihrem neuen Zuhause sowie eine Weiterempfehlung abgeben.

Eine weitere Umfrage schicken wir dann alle zwei Jahre an unsere Kunden, die schon etwas länger in ihrem Zuhause wohnen. Zusätzlich zu den schon oben genannten Themen, befragen wir sie hinsichtlich ihrer Erfahrungen in ihrem Wohnumfeld – ob und wodurch sie sich hoffentlich in ihrer „neuen“ Nachbarschaft zu Hause fühlen.

Was ist wichtig für Ihr persönliches Wohnglück?

Für mich persönlich ist es sehr wichtig, ein schönes und gemütliches Zuhause zu haben, in das ich gerne heimkomme, denn ich bin dienstlich und privat viel unterwegs. Als nach Berlin ausgewanderte Schwedin habe ich viele Sachen aus meiner Heimat mitgenommen, zum Beispiel einige skandinavische Möbel im Reststil von meinen Großeltern. Ein Balkon mit viel Sonne, eine helle und lichtdurchflutende Wohnung sowie genug Platz, um Gäste und Familie einzuladen, ist auch zwingend notwendig für mein persönliches Wohnglück. Und natürlich, das alles mit meiner besseren Hälfte zu teilen.

Für Presseanfragen, Bildmaterial und Interviewwünsche kontaktieren Sie gern:

Katja Kargert, Unternehmenskommunikation

katja.kargert@bonava.com

Tel: 03361 670 407



Über Bonava

Bonava ist einer der führenden Projektentwickler im Wohnbau in Nordeuropa und Deutschland. Seit den 1930er-Jahren schafft Bonava Menschen ein neues Zuhause und ein Wohnumfeld zum Wohlfühlen. Heute beschäftigt Bonava über 2.000 Mitarbeiter in acht europäischen Ländern – Deutschland, Schweden, Finnland, Dänemark, Norwegen, St. Petersburg, Estland und Lettland. Der Umsatz belief sich 2018 auf 1,4 Mrd. Euro. Bonava ist an der Börse NASDAQ in Stockholm gelistet.

In Deutschland ist Bonava vor allem im Heimatmarkt Berlin, in den Wachstumsregionen Hamburg, Rhein-Main, Rhein-Ruhr, Köln/Bonn, Rhein-Neckar/Stuttgart, Sachsen und entlang der Ostseeküste tätig. 2018 verkaufte Bonava in Deutschland 2.436 Häuser und Wohnungen an Eigennutzer und Investoren. Die 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Hauptsitz im brandenburgischen Fürstenwalde/Spree und in den regionalen Büros erzielten dabei einen Umsatz von 559 Mio. Euro.

Das Analyseunternehmen bulwiengesa kürte Bonava 2019 zum siebten Mal in Folge zum aktivsten Projektentwickler für Wohnimmobilien in den deutschen Metropolen.

Weitere Informationen finden Sie auf bonava.de und bonava.com.