

Führung/Kommunikation

Benchmarking für Eigentumsverwaltungen: InWIS und Bremer GEWOBA haben einen Fragebogen für die Praxis entwickelt

In Zeiten günstiger Kredite und einem Boom der Immobilienanlage gewinnen Verwaltungsleistungen für wohnungswirtschaftliche Akteure zunehmend an Bedeutung. Doch: Wie zufrieden sind die Besitzer von verwaltetem Wohneigentum mit den Leistungen der Hausverwaltung? Welche Dienste sind ihnen wichtig und was beeinflusst ihre Zufriedenheit? Mit einer ersten Studie zum Thema legen das Forschungsinstitut InWIS und die Bremer GEWOBA den Grundstein für ein branchenweites Benchmark. „Unser Geschäftsfeld Eigentumsverwaltung entwickelt sich dynamisch“, sagt Thomas Scherbaum, Leiter Immobiliendienstleistungen beim Bremer Immobilienunternehmen. „In der jetzigen Wachstumsphase lassen wir uns von den Kunden den Spiegel vorhalten, um den Kurs zu justieren.“ Seit über 50 Jahren sind Verwaltungsdienstleistungen Teil des Geschäfts; 2012 wurde das Angebot um die Verwaltung von Sondereigentum ausgeweitet. 34 Mitarbeiter betreuen heute rund 16.000 Eigentumswohnungen in Hamburg, Cuxhaven, Bremerhaven, Bremen und dem Umland.



Die GEWOBA verwaltet auch in der Metropolregion Hamburg zur Zeit für 60 Eigentümergemeinschaften mehr als 1300 Wohnungen

Kundenzufriedenheit ist multidimensional

Die 2013 gemeinsam durchgeführte Befragung zur Kundenzufriedenheit hat bundesweit Seltenheitswert. Erstmals äußerten sich knapp 350 Wohnungseigentümer und Verwaltungsbeiräte nach systematischen Kriterien anhand eines teilstandardisierten Fragebogens darüber, was ihnen bei der Verwaltung ihres Wohneigentums wichtig ist. Dazu wurde zunächst das multidimensionale Konstrukt „Kundenzufriedenheit“ in Bezug auf verwaltetes Wohneigentum in drei relevante Teilbereiche untergliedert.

Abgefragt wurden in 33 Items jeweils Einschätzungen zu den Verwaltungsdienstleistungen kaufmännischer und technischer Art, zu Eigentümerversammlungen und Services wie Information und Administration. Die Befragten bewerteten die Leistungen der Eigentumsverwaltung auf einer Skala von 1 (völlig zufrieden) bis 5 (völlig unzufrieden). Nach Kompetenz und Hilfsbereitschaft der Ansprechpartner wurde dabei ebenso gefragt wie nach Bearbeitungsdauern und Erreichbarkeiten. Offen erfragt wurden Verbesserungsvorschläge und konkrete Kritik sowie besonders positive und negative Erfahrungen. Durch statistische Indexbildung lassen die gewonnenen Daten es zu, den Einfluss verschiedener Leistungsbereiche für die Gesamtzufriedenheit der Eigentümer zu gewichten.



GEWOBA Aktiengesellschaft
Wohnen und Bauen
Rembertiring 27
28195 Bremen
www.gewoba.de

Kunden wünschen Erreichbarkeit und Zuverlässigkeit

Den größten Einfluss hat demnach der Teilbereich Service (Information und Administration), den wenigsten die Eigentümerversammlungen. Ein Ergebnis, das die Projektpartner nicht erwartet hatten: „Eigentümer legen großen Wert auf die Durchsetzung der Hausordnung und Kontrolle der gemeinschaftlichen Bereiche, das kennen wir sonst eher von Mietern“, erläutert Björn Eisele, Leiter Markt- und Meinungsforschung bei InWIS. Auch innerhalb der Teilbereiche zeigen sich Unterschiede: So hat die kaufmännische Verwaltung größeren Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit als technische Leistungen, wie zum Beispiel die Überwachung von Handwerkern.

Eisele betont, dass die Ergebnisse auch wichtige Erkenntnisse zur Kundenstruktur beinhalten: „Angesichts des hohen Durchschnittsalters der Befragten – 61,5 Jahre im Mittel – muss sich die GEWOBA auf einen Generationswechsel einstellen.“ Bei den jüngeren Eigentümern stehe ein Online-Kundenportal mit Informationen, Abrechnungen und Download-Angeboten hoch im Kurs, ergab die Auswertung.

Das Forschungsinstitut InWIS und die Bremer GEWOBA hoffen nun auf Nachahmer, um branchen- und bundesweit Vergleichswerte zu generieren. „Der Fragebogen hat den Praxistest bestanden und lässt sich leicht auf anders strukturierte Verwaltungsdienstleister anpassen“, sagt Björn Eisele. „Je mehr Verwalter das Instrument nutzen, desto besser werden die Ergebnisse vergleich- und bewertbar.“

Karin Liedtke

Fünzig Prozent bei der Werbung sind immer
rausgeworfen. Man weiß aber nicht, welche
Hälfte das ist. Henry Ford

Wir helfen Ihnen beim Suchen.

Gerd Warda warda@wohnungswirtschaft-heute.de
Hans-J. Krolkiewicz krolkiewicz@wohnungswirtschaft-heute.de
