

DESIGN MED FOKUS PÅ FUNKTIONALITET OG KVALITET

EURODAN-HUSE

VIRKSOMHED / eurodan-huse

WWW / eurodan-huse.dk

DATO / Juli 2013

FORFATTER / Kiki Mikkelsen, SDU

OM D2i

D2i - Design to innovate er et udviklingsprogram, som har til formål at styrke danske virksomheders konkurrenceevne gennem brugen af design. I tilknytning til programmet gennemføres en række analyser, der samlet set skal styrke og udvikle det vidensgrundlag, som D2i arbejder på. I dette arbejde indgår at belyse danske virksomheders designpraksis, det vil sige deres forståelse af design og måden, hvorpå de anvender - eller ikke anvender - design. Casebeskrivelserne giver et indblik i nogle af de muligheder og udfordringer, virksomhederne står over for, hvis design skal gøre en forskel for dem.

2014 © D2i – Design to innovate

eurodan-huse er en familiedrevet virksomhed, der blev etableret i 1978 af tømrer og bygningskonstruktør Niels Chr. Dahl i familiens villa i Sønderjylland. Ideen bag virksomheden var at skabe et unikt boligkoncept, der kunne imødekomme størstedelen af de ønsker, en nybygger måtte have. Udgangspunktet skulle være et antal husmodeller, der opfyldte de fleste af disse ønsker, men som samtidig også gav mulighed for individuel tilpasning. Samtlige huse skulle opfylde visse krav til funktionalitet og kvalitet og være tidsløse. Virksomheden, som har hovedsæde i Rødekro, har i dag omkring 145 medarbejdere fordelt på 5 afdelinger i Danmark og har indtil nu bygget mere end 9.000 boliger rundt omkring i landet bestående af både typehuse og kunders egne tegninger (eurodan-huse.dk).

I 2010 gennemførte virksomheden et generationsskifte, således at virksomheden i dag ejes af grundlæggerens tre sønner, hvoraf to af dem, Thomas og Rasmus Dahl, står for den daglige ledelse. Selvom virksomheden er overdraget til den næste generation, spiller Niels Chr. Dahl stadigvæk en aktiv rolle i virksomheden som en vigtig sparringspartner samt sælger.

I et marked med mange konkurrenter søger eurodan-huse at differentiere sig ved blandt andet at være en danskejet familievirk-

somhed med 35 års erfaring. Her spiller sælgerne en betydelig rolle i udbredelsen af budskabet. Direktør Thomas Dahl fortæller:

"Vi forsøger selvfølgelig at konkurrere på prisen, og så prøver vi at slå på de værdier, vi gerne vil stå for og måles på, og det er, at vi er en danskejet familievirksomhed, som er her i morgen og i overmorgen, og som man kan blive ved med at stole på. Og der er jo ingen, der kan matche vores historik. Der er ingen, der har været i branchen i 35 år. Så det prøver vi jo at fortælle sælgerne, at de skal slå på."

Han fortsætter:

"Og så har vi egne tømrere ansat. Det er ikke polske håndværkere og underentreprenører, men værdikæden er intakt, og vi har faste samarbejdspartnere. Nogen af dem har været med helt tilbage fra starten af '78. De er så også næste generation, men den samme virksomhed. Fx har vores VVS'er her i Sønderjylland stort set været med helt fra starten. Vores leverandør på trælastsiden, som var en af de allervigtigste leverandører i vores værdikæde, har også næsten været med fra starten af. Og det er vigtigt for os, fordi der har vi opbygget et tillidsforhold der gør, at vi kan stole på, at det de laver, det er i orden. Og det er vigtigt."

Hos eurodan-huse kommer design til udtryk gennem funktionalitet såvel som de visuelle aspekter i et byggeri. Direktør Thomas Dahl fortæller:

"Design for mig er en form for problemformulering. Det er dels det visuelle og så funktionaliteten. At det virker, og at det er driftssikkert, og ikke giver reklamationer. Og så skal det give værdi for kunden. Fx med det visuelle, der kan der være nogle nye materialer, fx nogle nye mursten. Lige nu i øjeblikket er der jo rigtig mange, der gerne vil have grå eller sorte mursten, og så er det jo det, der bliver arbejdet med."



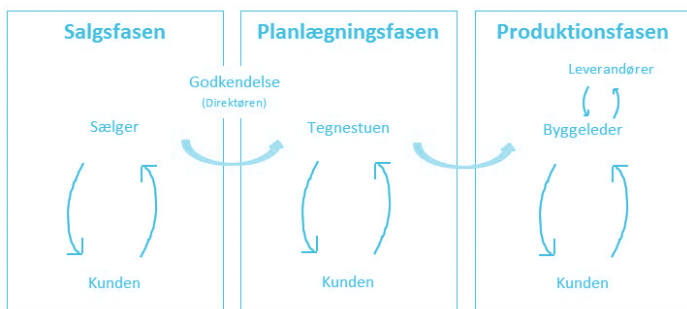
Foto: eurodan-huse

UDVIKLINGSPROCESSER

eurodan-huse bygger primært huse til private, der ejer deres egen grund, men bygger også udstillingshuse, der videresælges på et senere tidspunkt. De huse, eurodan-huse bygger, kan opdeles i to typer: typehuse og specielt tegnede huse. Hver eneste gang eurodan-huse bygger et nyt hus, igangsættes på sin vis en ny udviklingsproces. Ifølge direktør Thomas Dahl kan virksomheden opfattes som en produktionsvirksomhed, der laver en prototype, hver eneste gang de bygger et nyt hus. Denne form for udviklingsproces stiller høje krav til produktionen, hvilket kræver en eller anden form for standardisering. Direktør Thomas Dahl fortæller:

"Der er nogle byggeprincipper, som vi holder fast i, ellers er det ikke rentabelt for os. Vores tømrer skal vide, hvordan man sætter vinduer i, og hvordan man monterer spærene. Det skal vi ikke sidde og opfinde fra gang til gang. Konstruktionerne og de materialer, vi bruger, forbliver langt hen ad vejen de samme. Nogle gange kan det godt ske, der er nogle rum, der ændrer sig, og andre gange må vi sige fra over for et hus, fordi det simpelthen vil tage for lang tid at bygge i forhold til, hvad man kunne producere af andre huse. Og så stor indtjening er der ikke."

For at kunne udvikle forskellige typer huse såvel som at imødekomme kundernes tegninger og ønsker har eurodan-huse valgt at sætte nogle faste rammer for udviklingen. Hvad enten et hus er et typehus eller et specielt tegnet hus, så gennemgår et udviklingsprojekt en nøje tilrettelagt proces, som kan eksemplificeres som i model 1.



Model 1
Overordnet udviklings-/byggeproces hos eurodan-huse (egen tilvirkning)

Direktør Thomas Dahl fortæller:

"Ethvert husbyggeri gennemgår 100 % de samme faser og går igennem de samme typer personer i virksomheden. Det vil sige, at det går fra en sælger til en, der kontrollerer sagen, til den bliver tegnet og bestilt, og kunden skriver under på tegningerne, og vi er sikre på, at det er det, der er på tegningerne, og det kunden har skrevet under på af materialevalg, at det er det, de får. Det bliver der talt rigtig meget om i salgsfasen, men vi er enige om, at det, der er skrevet under på, det er det, kunden får, og det er det, vi skal levere."

Udover den udvikling, der sker i samarbejde med kunden, udvikler eurodan-huse også selv på de typehuse, de har i deres katalog. Her spiller ændringer i markedet samt sælgere en væsentlig rolle. Direktør Thomas Dahl fortæller:

"Når vi udvikler nye huse, er det jo ud fra, hvad vi selv synes, der er smart, og hvordan vi selv kan bo i det. Og ikke mindst også hvad sælgerne møder i hverdagen og melder ind med. Og så holder vi et møde to-tre gange om året, hvor vi samler nogen fra hver region, og så siger vi: "Hvad skal vi?" Hvis nu de alle sammen siger, at det er bare et krav, at man har orange bryggersdør, jamen så må vi jo indføre det som standard, kan man sige. Nu er det et meget enkelt eksempel, men det kunne være mange ting. Det kunne være større huse, fordi markedet har ændret sig. I dag er det dine, mine og vores børn, hvor der på det ene tidspunkt er rigtig mange børn i huset, og ugen efter så er der ikke så mange. Og det stiller jo nye krav. Og der skal vi så udvikle eller designe noget, der passer til tiden."

To-tre gange om året afholder eurodan-huse således et møde, hvor hver region deltager. Hver region har indledningsvist afholdt egne møder og udpeget en repræsentant til at fremlægge deres idéer ved fællesmødet. Direktør Thomas Dahl fortæller:

"Til mødet deltager en repræsentant fra hver region. Herudover deltager én, der sidder med udvikling og rentegning samt opdatering af programmet. Denne gruppe planlægger, hvad vi skal have med, hvad der skal nedprioriteres, og hvad vi skal have indført i morgen. I sælgerens verden, der vil de gerne have alt med det samme, men det kræver jo nogle ressourcer."

Når der er truffet en beslutning, arbejdes der videre med idéerne på hovedkontoret i Rødokro, der huser arkitekter, ingeniører og andre teknikere. Her er der etableret en intern designgruppe, der selvstændigt træffer beslutninger om det videre forløb. Direktør Thomas Dahl fortæller:

"Det kunne sagtens være, at vi skal have nogle gårdhavehuse eller huse med én indgang. Så laver vi måske to-tre huse i skitseforslag, og så vender man det i gruppen. Hvis det nu er af mere principiel politisk betydning, så kan vi godt vedtage det i vores lille designgruppe, men så vender vi det enten på et bestyrelsesmøde eller direktionensmøde."

UDFORDRINGER

Flere ting har givet større eller mindre udfordringer for eurodan-huse, der trods et faldende marked har formået at øge deres markedsandele. Fx oplever eurodan-huse ifølge direktør Thomas Dahl, at kundernes behov og deres måde at agere på har ændret sig. Hertil kommer leverandørernes adfærd samt nye produkter og lovkrav, der alle sammen har gjort et husbyggeri mere kompliceret, end man oplevede det i starten.

Gennem de seneste 10 år er der også kommet mere fokus på bolig og indretning. Det kommer til udtryk gennem det stigende antal af boligprogrammer i TV. Dette har på sin vis skabt en mere vidende og krævende forbruger. Direktør Thomas Dahl fortæller:

"Vi fornemmer meget, at qua bl.a. boligprogrammer på TV, som fylder meget, så er der også mange af vores kunder, der pludselig har en viden omkring byggeri, som de ikke havde tidligere, så kun-

derne stiller mange spørgsmål. Kunden vil gerne have det både billigt, hurtigt og af høj kvalitet. Og de tre ting hænger ikke altid sammen. Der er de meget prisfølsomme og fikserede, og ønsker det billigste til den højeste ydelse, og så må man jo bygge billigere huse. Så der ser vi et skred.”

Han fortsætter:

”Det betyder så, at kunden er lang tid om at tage beslutningen, og så kan de ikke forstå, at når man har taget beslutningen, at de så ikke kan flytte ind fem måneder efter. Men de kan godt være 8-9 måneder om at tage beslutningen om at skrive under.”

Udover at kunden er blevet mere vidende og krævende, giver nye lovkraft specielt i forhold til øgede energikrav også en større udfordring for virksomheden. Direktør Thomas Dahl fortæller:

”Én af vores største udfordringer er de designmæssige udfordringer, der kommer i forbindelse med de øgede energikrav til nye huse. Husene kommer i fremtiden til at se anderledes ud, end vi er vant til i dag. I hvert fald, hvis det vi ved om energikrav i dag bliver til virkelighed. Det udfordrer os i vores produktvalg, idet de materialer vi så skal bruge, ligger i den dyre ende. Og hvis vi skal kunne konkurrere på prisen, så kan vi ikke altid tilbyde de dyreste materialer. Det er nok det, der er vores største problem.”

Det er primært eksterne faktorer, der giver eurodan-huse de store udfordringer i dag og i fremtiden. Mange af de udfordringer vil i høj grad også påvirke konkurrenterne, hvilket kan give udfordringer i forhold til differentiering og stigende markedsandele på et marked, der formodes at vækste i fremtiden.



Foto: eurodan-huse