



Kundenurteil: Fairness von Massivhausanbietern 2019

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen
für 14 Massivhausanbieter



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

Studienkonzept	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
Erhebungsmethode	Online-Befragung
Erhebungszeitraum	Mai / Juni 2019
Stichprobe	601 Befragte, die in den letzten 36 Monaten Erfahrungen mit dem Bau eines Massivhauses gemacht haben
Auswertung	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p><u>Detailergebnisse für 14 Massivhausanbieter</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ARGE-HAUS • BAUMEISTER-HAUS • Dennert Massivhaus • Exzellent Massivhaus • FAVORIT MASSIVHAUS • HausCompagnie • Hauser Massivbau • hebelHAUS • Heinz von Heiden • HELMA • Massivhaus-Zentrum • TEAM Massivhaus • Town & Country Haus • Viebrockhaus
Gesamtumfang	176 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Gesamtaussagen	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtzufriedenheit • Kundenorientierung • Ruf und Image
Kundenbindung	<ul style="list-style-type: none"> • Emotionale Bindung • Wiederkaufbereitschaft • Weiterempfehlung
Faire Produktleistung	<ul style="list-style-type: none"> • Angebotsauswahl • Auswahlmöglichkeit bei der Ausstattung • Flexibilität bei der Raumaufteilung • Transparenz der Produkte und Leistungen • Umsetzung aller vertraglichen Vereinbarungen • Termintreue • Produktqualität • Zuverlässigkeit der Produkte und Leistungen • Leistungen vermitteln Gefühl der Sicherheit • Abstimmung der Gewerke
Faire Kundenberatung	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Beantwortung aller Fragen • Eingehen auf Kundenbedürfnisse • Integration von Eigenleistung • Vertragliche Fixierung von Absprachen • Umfassende Betreuung • Beratung zu ökologischen Aspekten des Bauens und Wohnens • Integration von Zusatzleistungen

Studiendesign (II)

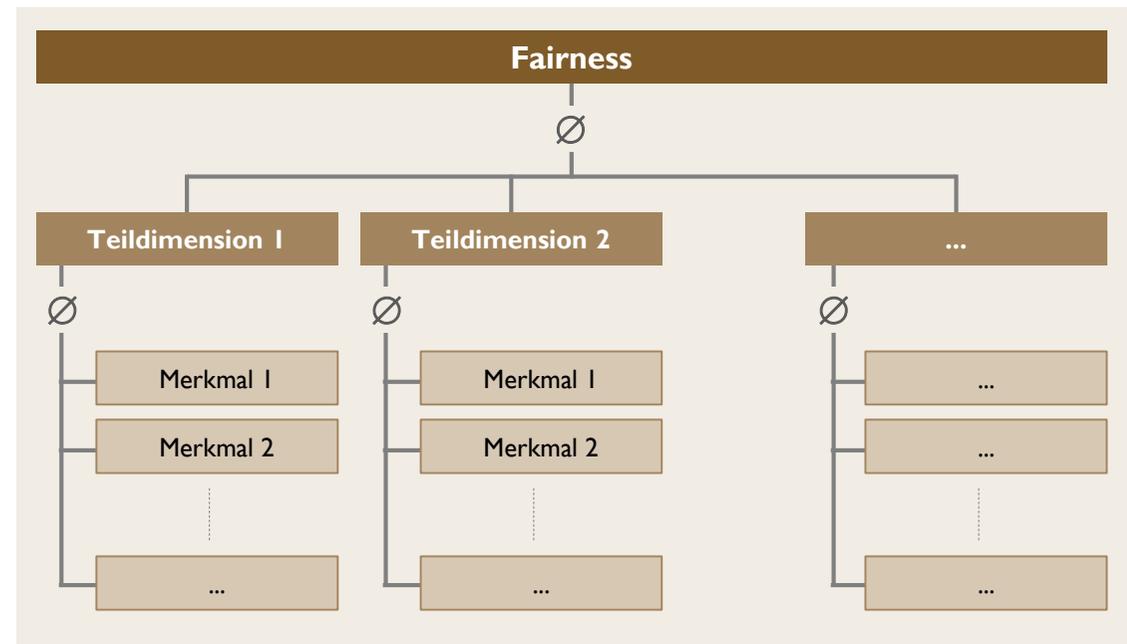
<p>Faire Kundenkommunikation</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fester Ansprechpartner während des Bauprojekts • Angemessener Informationsumfang • Verbindlichkeit von Aussagen • Verständlichkeit der Kommunikation • Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
<p>Fairer Kundenservice</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entlastung bei Bereitstellung von Unterlagen • Reaktion bei Problemen (schnell und zuverlässig) • Unbürokratische Hilfestellung bei Problemen • Kostengünstige Hilfestellung bei Problemen • Kulanz bei Reklamationen • Unterstützung bei Lieferung der Bauunterlagen
<p>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Kostentransparenz • Verlässlichkeit der Preiskalkulation (keine versteckten Kosten)
<p>Nachhaltigkeit & Verantwortung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ökonomische Nachhaltigkeit • Sozial verantwortliches und umweltbewusstes Handeln

Berechnungsmodell des Fairness-Rankings

Der Überbegriff „Fairness“ ist ein subjektives Konstrukt. Um dieses messbar zu machen, werden zunächst verschiedene Teildimensionen der Fairness bestimmt. Jede Teildimension selbst besteht aus mehreren konkreten Service- und Leistungsmerkmalen, die durch die Kunden bewertet werden.

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Die Teildimensionen ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Service- und Leistungsmerkmalen (Bewertungskriterien).

Für die Auszeichnung auf Gesamtebene sowie auf den Teildimensionen gilt: Ein „gut“ erhalten alle Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Wert erzielt haben. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



Teildimensionen der Fairness von Massivhausanbietern

Fairness

Faire Produktleistung

- Angebotsauswahl
- Auswahlmöglichkeit bei der Ausstattung
- Flexibilität bei der Raumaufteilung
- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Umsetzung aller vertraglichen Vereinbarungen
- Termintreue
- Produktqualität
- Zuverlässigkeit der Produkte und Leistungen
- Leistungen vermitteln Gefühl der Sicherheit
- Abstimmung der Gewerke

Faire Kundenberatung

- Fachkompetenz
- Beantwortung aller Fragen
- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Integration von Eigenleistung
- Vertragliche Fixierung von Absprachen
- Umfassende Betreuung
- Beratung zu ökologischen Aspekten des Bauens und Wohnens
- Integration von Zusatzleistungen

Faire Kundenkommunikation

- Fester Ansprechpartner während des Bauprojekts
- Angemessener Informationsumfang
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Verständlichkeit der Kommunikation
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen

Fairer Kundenservice

- Entlastung bei Bereitstellung von Unterlagen
- Reaktion bei Problemen (schnell und zuverlässig)
- Unbürokratische Hilfestellung bei Problemen
- Kostengünstige Hilfestellung bei Problemen
- Kulanz bei Reklamationen
- Unterstützung bei Lieferung der Bauunterlagen

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Kostentransparenz
- Verlässlichkeit der Preiskalkulation (keine versteckten Kosten)

Nachhaltigkeit & Verantwortung

- Ökonomische Nachhaltigkeit
- Sozial verantwortliches und umweltbewusstes Handeln

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Massivhausanbieter (I)

FAIRNESS	
sehr gut	ARGE-HAUS
sehr gut	BAUMEISTER-HAUS
sehr gut	HausCompagnie
sehr gut	hebelHAUS
sehr gut	HELMA
sehr gut	Town & Country Haus
sehr gut	Viebrockhaus
gut	Dennert Massivhaus
gut	Heinz von Heiden
	Exzellent Massivhaus
	FAVORIT MASSIVHAUS
	Hauser Massivbau
	Massivhaus-Zentrum
	TEAM Massivhaus

Faire Produktleistung	
sehr gut	ARGE-HAUS
sehr gut	hebelHAUS
sehr gut	Heinz von Heiden
sehr gut	HELMA
sehr gut	Town & Country Haus
sehr gut	Viebrockhaus
gut	BAUMEISTER-HAUS
gut	Dennert Massivhaus
gut	HausCompagnie
	Exzellent Massivhaus
	FAVORIT MASSIVHAUS
	Hauser Massivbau
	Massivhaus-Zentrum
	TEAM Massivhaus

Faire Kundenberatung	
sehr gut	ARGE-HAUS
sehr gut	hebelHAUS
sehr gut	HELMA
sehr gut	Town & Country Haus
sehr gut	Viebrockhaus
gut	BAUMEISTER-HAUS
gut	Dennert Massivhaus
gut	HausCompagnie
gut	Heinz von Heiden
	Exzellent Massivhaus
	FAVORIT MASSIVHAUS
	Hauser Massivbau
	Massivhaus-Zentrum
	TEAM Massivhaus

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	ARGE-HAUS
sehr gut	HausCompagnie
sehr gut	hebelHAUS
sehr gut	HELMA
sehr gut	Town & Country Haus
sehr gut	Viebrockhaus
gut	BAUMEISTER-HAUS
gut	Dennert Massivhaus
gut	Heinz von Heiden
	Exzellent Massivhaus
	FAVORIT MASSIVHAUS
	Hauser Massivbau
	Massivhaus-Zentrum
	TEAM Massivhaus

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

FOCUS-MONEY Kundenurteil: Faire Massivhausanbieter (II)

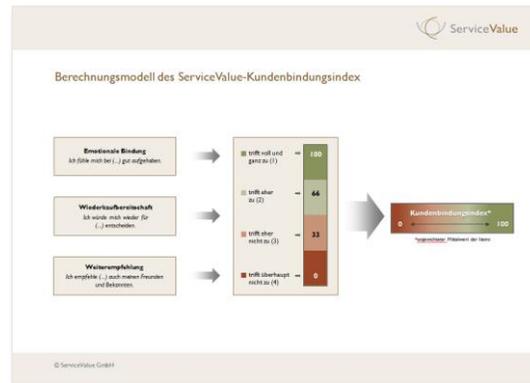
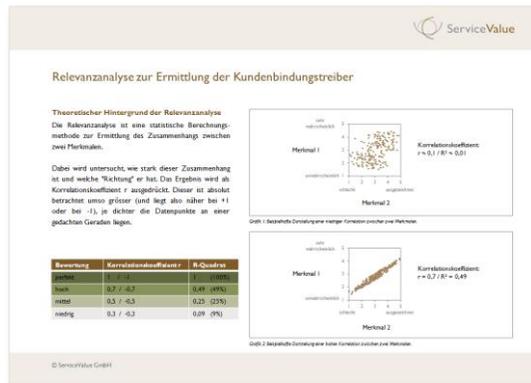
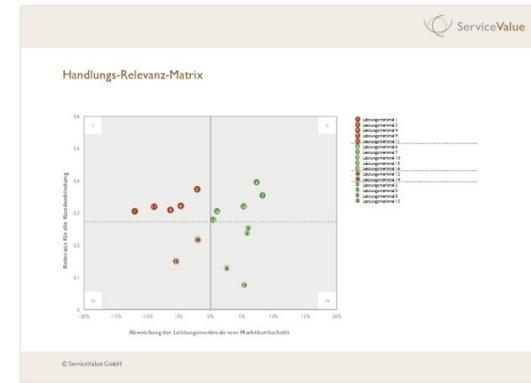
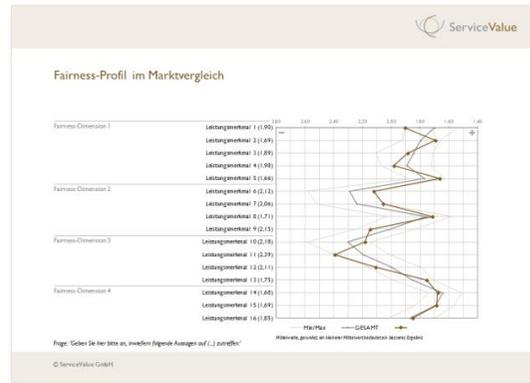
Fairer Kundenservice	
sehr gut	ARGE-HAUS
sehr gut	HausCompagnie
sehr gut	hebelHAUS
sehr gut	Viebrockhaus
gut	BAUMEISTER-HAUS
gut	Dennert Massivhaus
gut	HELMA
gut	Town & Country Haus
	Exzellent Massivhaus
	FAVORIT MASSIVHAUS
	Hauser Massivbau
	Heinz von Heiden
	Massivhaus-Zentrum
	TEAM Massivhaus

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ARGE-HAUS
sehr gut	BAUMEISTER-HAUS
sehr gut	Dennert Massivhaus
sehr gut	HausCompagnie
sehr gut	hebelHAUS
sehr gut	Town & Country Haus
sehr gut	Viebrockhaus
gut	Heinz von Heiden
gut	HELMA
	Exzellent Massivhaus
	FAVORIT MASSIVHAUS
	Hauser Massivbau
	Massivhaus-Zentrum
	TEAM Massivhaus

Nachhaltigkeit & Verantwortung	
sehr gut	BAUMEISTER-HAUS
sehr gut	HausCompagnie
sehr gut	Town & Country Haus
sehr gut	Viebrockhaus
gut	ARGE-HAUS
gut	Dennert Massivhaus
gut	Heinz von Heiden
gut	HELMA
	Exzellent Massivhaus
	FAVORIT MASSIVHAUS
	Hauser Massivbau
	hebelHAUS
	Massivhaus-Zentrum
	TEAM Massivhaus

Die Sortierung der Anbieter innerhalb der Kategorien erfolgt in alphabetischer Reihenfolge.

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

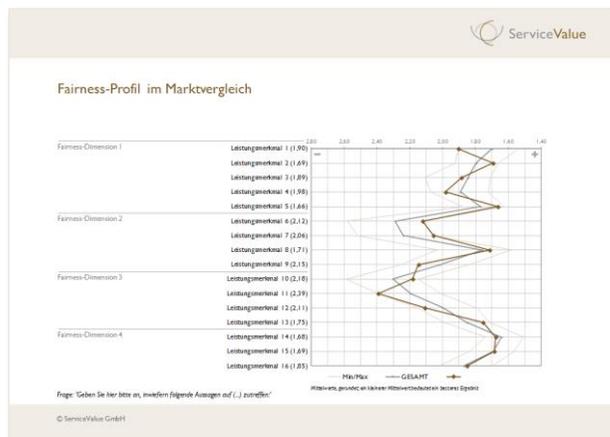
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
- Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?

⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?

⇒ Fairnessprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Wiederkaufbereitschaft und Weiterempfehlung

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de oder per FAX an +49 (0)221. 67 78 67 – 19

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Massivhausanbietern 2019“ (Einzelexemplar, 176 Seiten, PDF)
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Massivhausanbietern 2019“ (Einzelexemplar, 176 Seiten, PDF)
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.800,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

Abteilung / Position

E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)

Telefon

Telefax

Adresse (Str. / PLZ / Ort)

Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)

Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)

Ort, Datum

Unterschrift

Stempel

Impressum / Kontakt

Herausgeber

ServiceValue GmbH

Dürener Str. 341

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

www.ServiceValue.de

Info@ServiceValue.de

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © dobrinya / superingo – Fotolia.com

“Our business is value development
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I
50935 Köln
www.ServiceValue.de