



# Kundenurteil: Fairness von Fertiggelleranbietern 2017

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 6 Fertiggelleranbieter



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	FOCUS-MONEY und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Juni - September 2017
<b>Stichprobe</b>	522 Befragte, die in den letzten 36 Monaten einen Fertiggeller gebaut haben
<b>Auswertung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</li></ul> <p><u>Detailergebnisse für 6 Fertiggelleranbieter</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bürkle-Fertiggeller</li><li>• FENGER Fertiggeller</li><li>• Glatthaar-Fertiggeller</li><li>• KNECHT Fertiggeller</li><li>• MB Effizienz Keller</li><li>• PARTNERBAU Braun</li></ul>
<b>Gesamtumfang</b>	120 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

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

## Studiendesign (II)

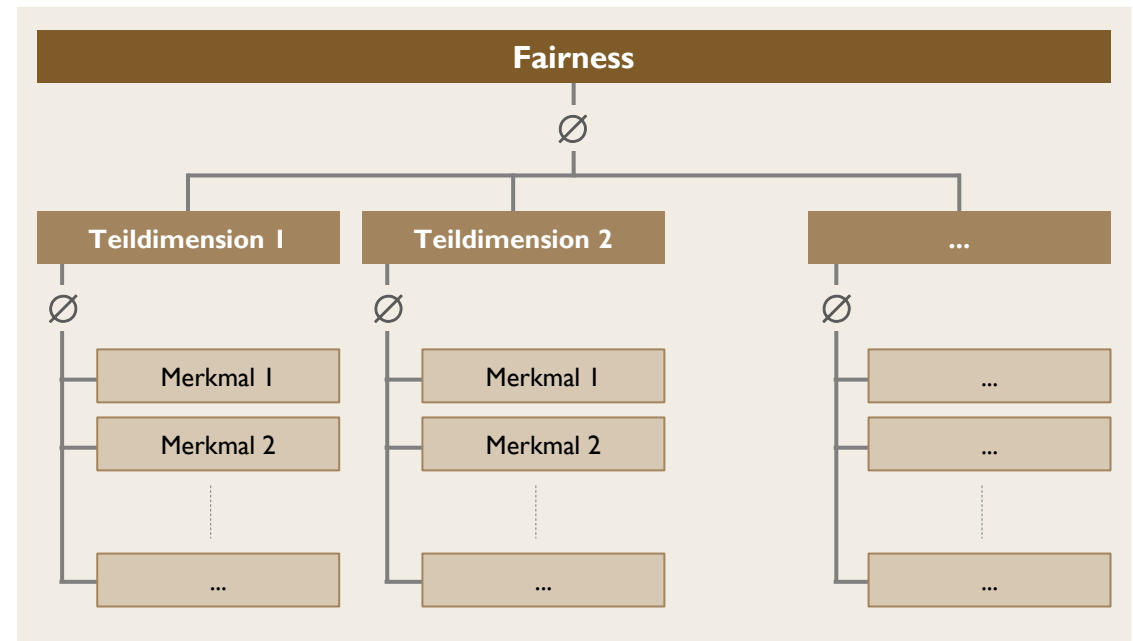
<p><b>Faire Kundenkommunikation</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fester Ansprechpartner während des Bauprojekts</li> <li>• Angemessener Informationsumfang</li> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Verständlichkeit der Kommunikation</li> <li>• Verständlichkeit der Angebots- und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

## 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 Fertiggelleranbietern

### Fairness

#### Faire Produktleistung

- Angebotsauswahl
- Gestaltungsspielraum 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 und Verantwortung

- Ökonomische Nachhaltigkeit
- Sozial und gesellschaftlich verantwortliches Handeln
- Umweltbewusstes Verhalten

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Fertiggelleranbieter

FAIRNESS	
sehr gut	Bürkle-Fertiggeller
sehr gut	Glatthaar-Fertiggeller
sehr gut	KNECHT Fertiggeller
gut	FENGER Fertiggeller
	MB Effizienz Keller
	PARTNERBAU Braun

Faire Produktleistung	
sehr gut	Bürkle-Fertiggeller
sehr gut	Glatthaar-Fertiggeller
sehr gut	KNECHT Fertiggeller
gut	FENGER Fertiggeller
gut	PARTNERBAU Braun
	MB Effizienz Keller

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Bürkle-Fertiggeller
sehr gut	Glatthaar-Fertiggeller
sehr gut	KNECHT Fertiggeller
gut	PARTNERBAU Braun
	FENGER Fertiggeller
	MB Effizienz Keller

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	Bürkle-Fertiggeller
sehr gut	KNECHT Fertiggeller
gut	FENGER Fertiggeller
gut	Glatthaar-Fertiggeller
gut	PARTNERBAU Braun
	MB Effizienz Keller

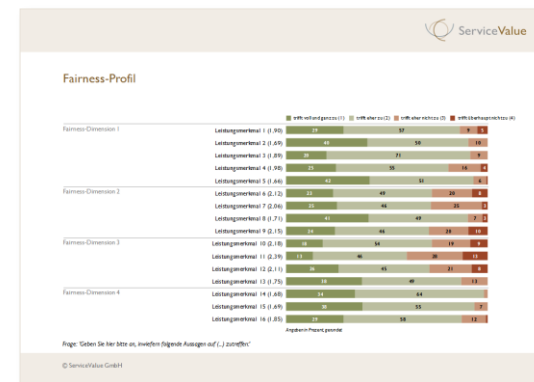
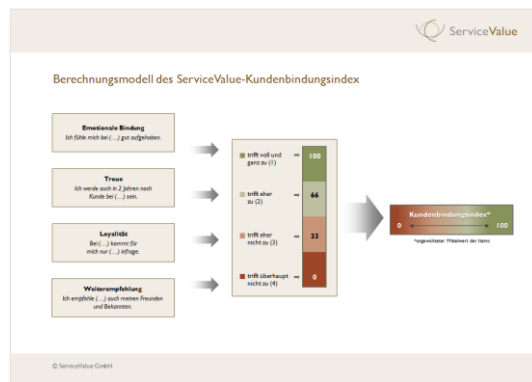
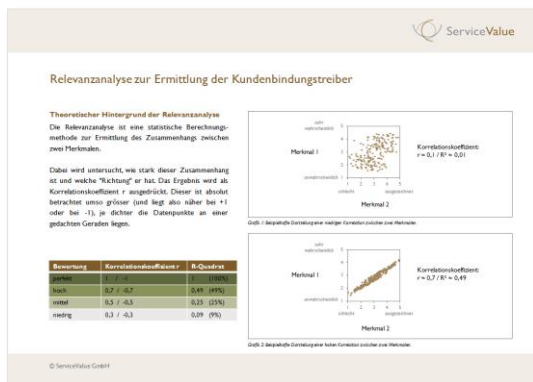
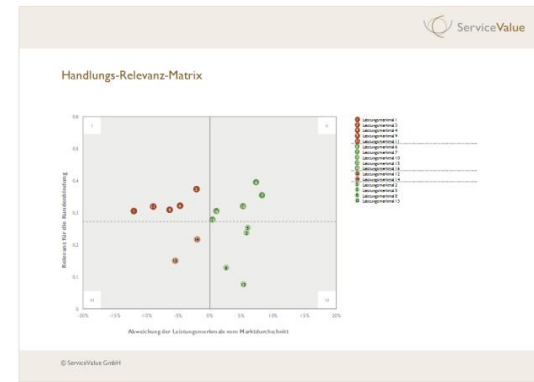
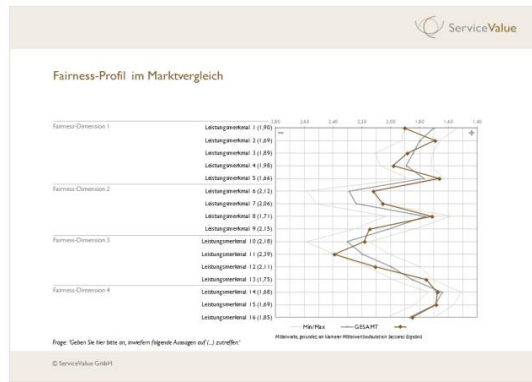
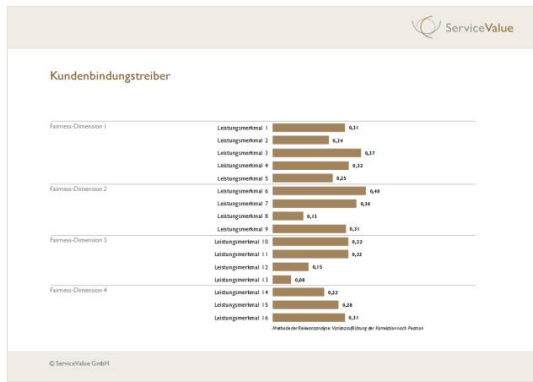
Fairer Kundenservice	
sehr gut	Bürkle-Fertiggeller
sehr gut	Glatthaar-Fertiggeller
gut	KNECHT Fertiggeller
gut	PARTNERBAU Braun
	FENGER Fertiggeller
	MB Effizienz Keller

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	Bürkle-Fertiggeller
sehr gut	Glatthaar-Fertiggeller
gut	FENGER Fertiggeller
gut	KNECHT Fertiggeller
	MB Effizienz Keller
	PARTNERBAU Braun

Nachhaltigkeit & Verantwortung	
sehr gut	Bürkle-Fertiggeller
sehr gut	FENGER Fertiggeller
sehr gut	KNECHT Fertiggeller
gut	Glatthaar-Fertiggeller
	MB Effizienz Keller
	PARTNERBAU Braun

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

# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...

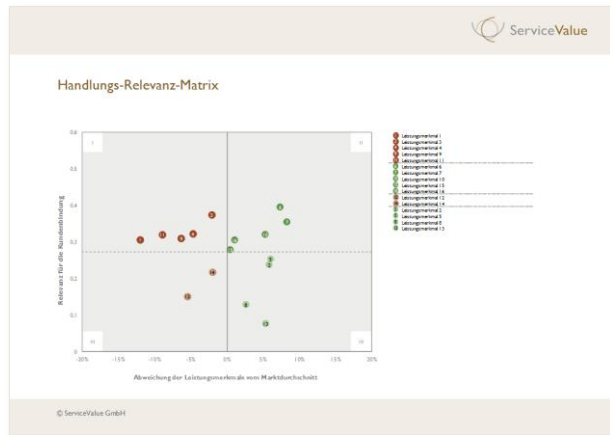


Anonymisierte Musterfolien

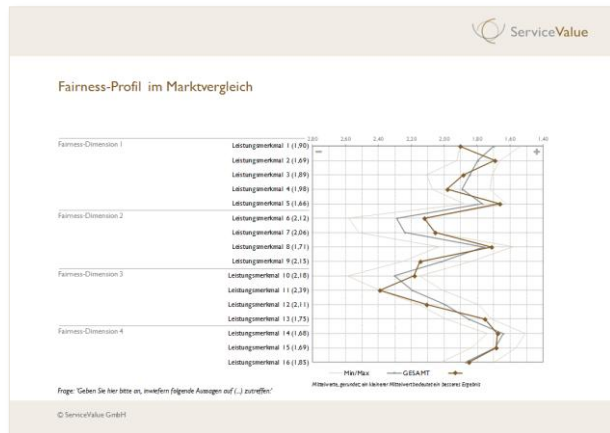
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.



## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

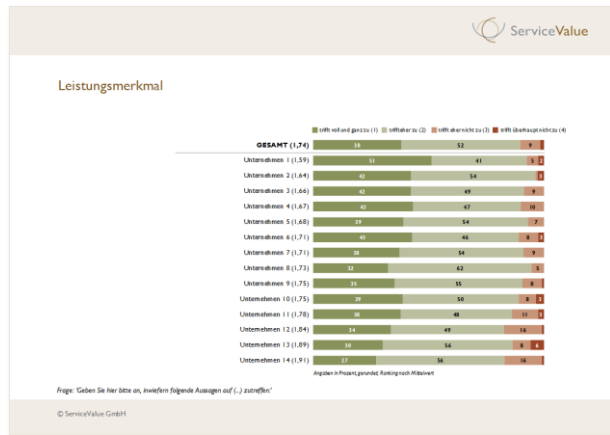


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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, Treue, Loyalität und Weiterempfehlung

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

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Fertiggelleranbietern 2017“ (Einzelexemplar, 120 Seiten, PDF)  
zum Preis von 3.400,- € 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 Fertiggelleranbietern 2017“ (Einzelexemplar, 120 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.300,- € 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

Herausgeber

**ServiceValue GmbH**

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

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

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

[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto: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 / Rido - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)