



# Kundenurteil: Fairness von Fertighausanbietern 2020

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 28 Fertighausanbieter



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>	Mai bis Juli 2020
<b>Stichprobe</b>	2.221 Befragte, die in den letzten 36 Monaten Erfahrungen mit dem Bau eines Fertighauses gemacht haben
<b>Auswertung</b>	<p>Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</p> <p>Detailergebnisse für 28 Fertighausanbieter:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ALBERT Haus</li> <li>• allkauf Haus</li> <li>• Baufritz</li> <li>• BIEN-ZENKER</li> <li>• Büdenbender</li> <li>• Danhaus</li> <li>• DAN-WOOD</li> <li>• ELK Haus</li> <li>• Fertighaus WEISS</li> <li>• FingerHaus</li> <li>• FINGERHUT</li> <li>• FischerHaus</li> <li>• GUSSEK-HAUS</li> <li>• HAAS FERTIGBAU</li> <li>• HANSE HAUS</li> <li>• HUF HAUS</li> <li>• KAMPA</li> <li>• LUX-HAUS</li> <li>• MASSA HAUS</li> <li>• OKAL Haus</li> <li>• ProHaus</li> <li>• RENSCH-HAUS</li> <li>• ScanHaus Marlow</li> <li>• SCHWABENHAUS</li> <li>• SchwörerHaus</li> <li>• STREIF Haus</li> <li>• WeberHaus</li> <li>• WOLF-Haus</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	312 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign (I)

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <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>• Auswahlmöglichkeit 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 Kundenkommunikation</b>	<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>

## Studiendesign (II)

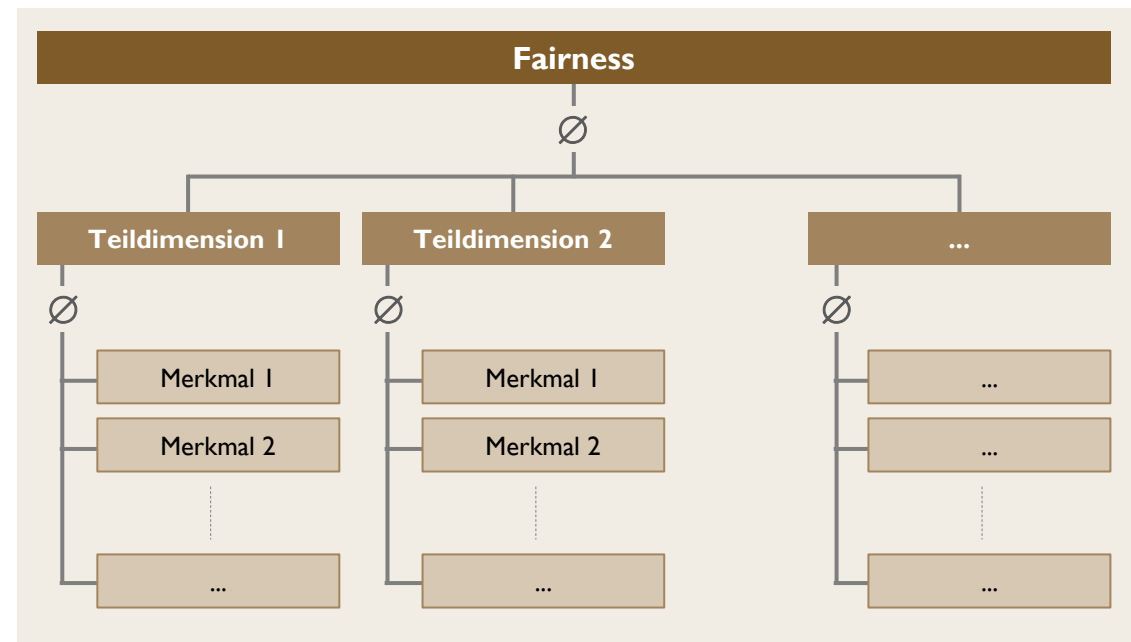
<p><b>Faire Kundenberatung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Beantwortung aller Fragen</li> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Integration von Eigenleistung</li> <li>• Vertragliche Fixierung von Absprachen</li> <li>• Umfassende Betreuung</li> <li>• Beratung zu ökologischen Aspekten des Bauens und Wohnens</li> <li>• Integration von Zusatzleistungen</li> </ul>
<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 verantwortliches und umweltbewusstes Handeln</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 Fertighausanbietern

### 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 Kundenkommunikation

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

#### 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

#### 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 verantwortliches und umweltbewusstes Handeln

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Fertighausanbieter (I)

FAIRNESS	
sehr gut	BIEN-ZENKER
sehr gut	FischerHaus
sehr gut	HAAS FERTIGBAU
sehr gut	HANSE HAUS
sehr gut	KAMPA
sehr gut	ScanHaus Marlow
sehr gut	SchwörerHaus
sehr gut	STREIF Haus
sehr gut	WeberHaus
gut	Baufritz
gut	ELK Haus
gut	FingerHaus
gut	HUF HAUS
gut	LUX-HAUS
gut	OKAL Haus
gut	RENSCH-HAUS
gut	SCHWABENHAUS
	ALBERT Haus
	allkauf Haus
	Büdenbender
	Danhaus
	DAN-WOOD
	Fertighaus WEISS
	FINGERHUT
	GUSSEK-HAUS
	MASSA HAUS
	ProHaus
	WOLF-Haus

Faire Produktleistung	
sehr gut	BIEN-ZENKER
sehr gut	FischerHaus
sehr gut	HAAS FERTIGBAU
sehr gut	HANSE HAUS
sehr gut	KAMPA
sehr gut	ScanHaus Marlow
sehr gut	SchwörerHaus
sehr gut	STREIF Haus
sehr gut	WeberHaus
gut	ELK Haus
gut	FingerHaus
gut	HUF HAUS
gut	LUX-HAUS
gut	OKAL Haus
gut	RENSCH-HAUS
gut	SCHWABENHAUS
gut	WOLF-Haus
	ALBERT Haus
	allkauf Haus
	Baufritz
	Büdenbender
	Danhaus
	DAN-WOOD
	Fertighaus WEISS
	FINGERHUT
	GUSSEK-HAUS
	MASSA HAUS
	ProHaus

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	BIEN-ZENKER
sehr gut	HAAS FERTIGBAU
sehr gut	HANSE HAUS
sehr gut	KAMPA
sehr gut	ScanHaus Marlow
sehr gut	SchwörerHaus
sehr gut	STREIF Haus
sehr gut	WeberHaus
gut	ELK Haus
gut	FingerHaus
gut	FischerHaus
gut	HUF HAUS
gut	LUX-HAUS
gut	OKAL Haus
gut	RENSCH-HAUS
gut	SCHWABENHAUS
	ALBERT Haus
	allkauf Haus
	Baufritz
	Büdenbender
	Danhaus
	DAN-WOOD
	Fertighaus WEISS
	FINGERHUT
	GUSSEK-HAUS
	MASSA HAUS
	ProHaus
	WOLF-Haus

Faire Kundenberatung	
sehr gut	BIEN-ZENKER
sehr gut	FischerHaus
sehr gut	HAAS FERTIGBAU
sehr gut	HANSE HAUS
sehr gut	KAMPA
sehr gut	ScanHaus Marlow
sehr gut	SchwörerHaus
sehr gut	STREIF Haus
gut	Baufritz
gut	FingerHaus
gut	LUX-HAUS
gut	OKAL Haus
gut	RENSCH-HAUS
gut	SCHWABENHAUS
gut	WeberHaus
gut	WOLF-Haus
	ALBERT Haus
	allkauf Haus
	Büdenbender
	Danhaus
	DAN-WOOD
	ELK Haus
	Fertighaus WEISS
	FINGERHUT
	GUSSEK-HAUS
	HUF HAUS
	MASSA HAUS
	ProHaus

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

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Fertighausanbieter (II)

Fairer Kundenservice	
sehr gut	BIEN-ZENKER
sehr gut	FischerHaus
sehr gut	HAAS FERTIGBAU
sehr gut	HANSE HAUS
sehr gut	ScanHaus Marlow
sehr gut	SchwörerHaus
sehr gut	STREIF Haus
gut	Baufritz
gut	ELK Haus
gut	FingerHaus
gut	HUF HAUS
gut	KAMPA
gut	LUX-HAUS
gut	OKAL Haus
gut	RENSCH-HAUS
gut	SCHWABENHAUS
gut	WeberHaus
	ALBERT Haus
	allkauf Haus
	Büdenbender
	Danhaus
	DAN-WOOD
	Fertighaus WEISS
	FINGERHUT
	GUSSEK-HAUS
	MASSA HAUS
	ProHaus
	WOLF-Haus

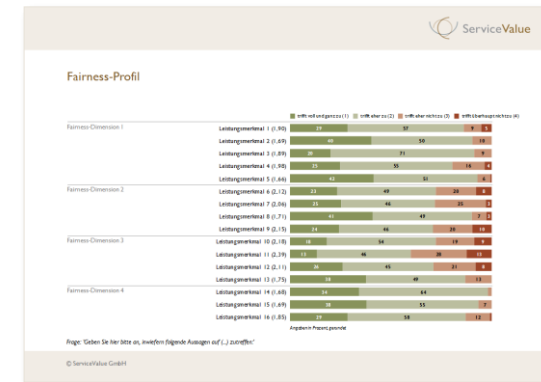
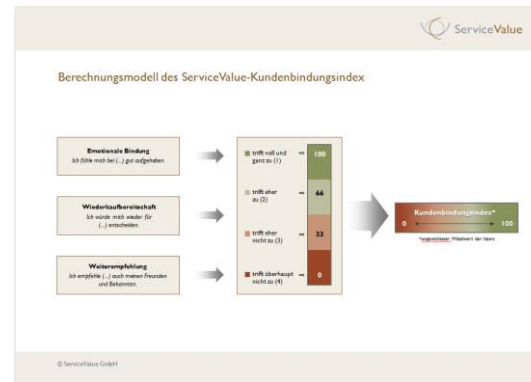
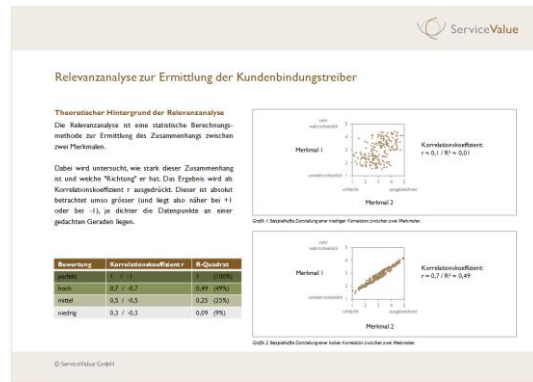
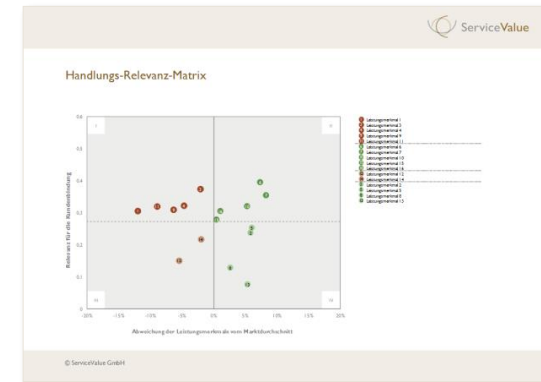
Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	BIEN-ZENKER
sehr gut	FischerHaus
sehr gut	HAAS FERTIGBAU
sehr gut	HANSE HAUS
sehr gut	RENSCH-HAUS
sehr gut	ScanHaus Marlow
sehr gut	SchwörerHaus
sehr gut	STREIF Haus
gut	Baufritz
gut	ELK Haus
gut	HUF HAUS
gut	KAMPA
gut	OKAL Haus
gut	SCHWABENHAUS
gut	WeberHaus
	ALBERT Haus
	allkauf Haus
	Büdenbender
	Danhaus
	DAN-WOOD
	Fertighaus WEISS
	FingerHaus
	FINGERHUT
	GUSSEK-HAUS
	LUX-HAUS
	MASSA HAUS
	ProHaus
	WOLF-Haus

Nachhaltigkeit & Verantwortung	
sehr gut	BIEN-ZENKER
sehr gut	FischerHaus
sehr gut	HAAS FERTIGBAU
sehr gut	HANSE HAUS
sehr gut	KAMPA
sehr gut	ScanHaus Marlow
sehr gut	SchwörerHaus
sehr gut	STREIF Haus
sehr gut	WeberHaus
gut	Baufritz
gut	Danhaus
gut	DAN-WOOD
gut	ELK Haus
gut	OKAL Haus
gut	RENSCH-HAUS
gut	SCHWABENHAUS
	ALBERT Haus
	allkauf Haus
	Büdenbender
	Fertighaus WEISS
	FingerHaus
	FINGERHUT
	GUSSEK-HAUS
	HUF HAUS
	LUX-HAUS
	MASSA HAUS
	ProHaus
	WOLF-Haus

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



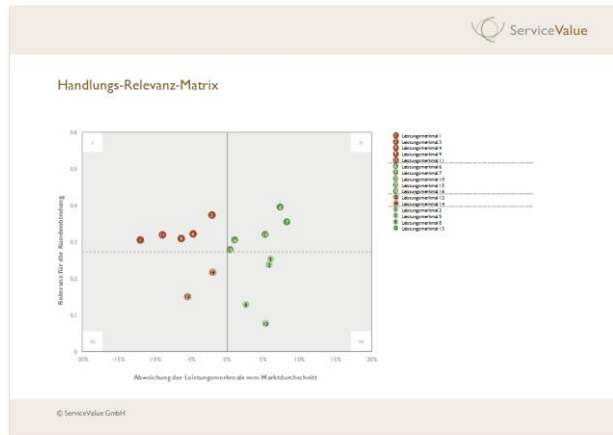
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

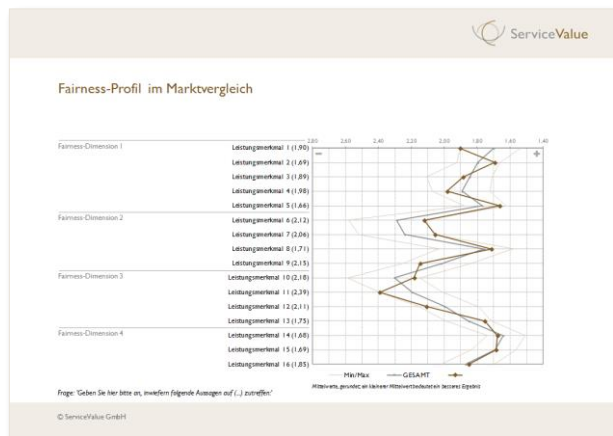
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

## 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?

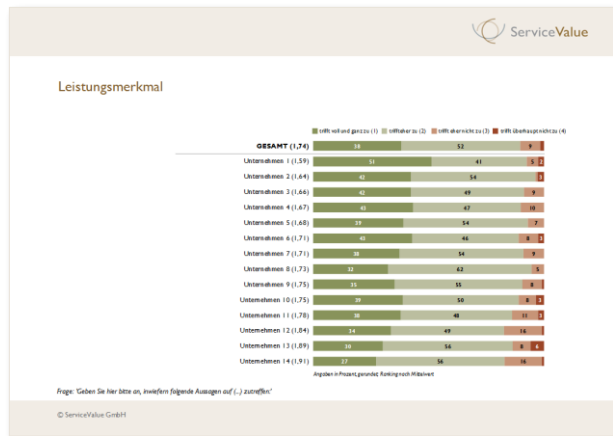
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



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

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Fertighausanbietern 2020“ (Einzelexemplar, 312 Seiten, PDF)  
zum Preis von 4.900,- € 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 Fertighausanbietern 2020“ (Einzelexemplar, 312 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 6.800,- € 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

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](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 / Benicce – Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)