



Kundenurteil: Fairness von Massivhausanbietern 2025

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen für 18 Massivhausanbieter



Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

Studiensteckbrief

| | |
|--------------------------|--|
| Studienkonzept | FOCUS MONEY und ServiceValue GmbH |
| Erhebungsmethode | Online-Befragung |
| Erhebungszeitraum | April / Mai 2025 |
| Stichprobe | 1.597 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 18 Massivhausanbieter:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ARGE-HAUS • BAUMEISTER-HAUS • Dennert Massivhaus • ECO System Haus • Elbe-Haus • FAVORIT Massivhaus • HAUSER Massivbau • hebelHAUS • Heinz von Heiden • HELMA • Kern-Haus • LECHNER Massivhaus • Massivhaus-Zentrum • OPTA Massivhaus • ROTH MASSIVHAUS • TEAM Massivhaus • Town & Country Haus • Viebrockhaus |
| Gesamtumfang | 200 Seiten Chart-Berichtsband (PDF) |

Studiendesign (I)

| | |
|------------------------------|---|
| 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)

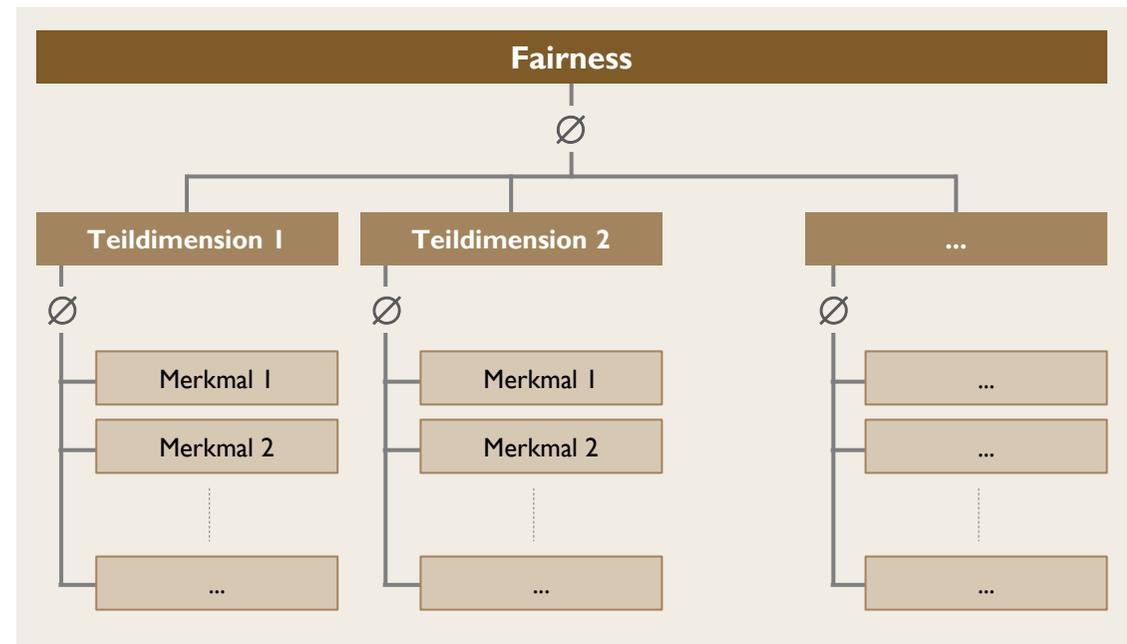
| | |
|---|--|
| Faire Kundenkommunikation | <ul style="list-style-type: none"> • Fester Ansprechpartner während des Bauprojekts • Angemessener Informationsumfang • Verbindlichkeit von Aussagen • Verständlichkeit der Kommunikation • Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen |
| Fairer Kundenservice | <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 |
| Faires Preis-Leistungs-Verhältnis | <ul style="list-style-type: none"> • Preis-Leistungs-Verhältnis • Kostentransparenz • Verlässlichkeit der Preiskalkulation (keine versteckten Kosten) |
| Nachhaltigkeit & Verantwortung | <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 | ECO System Haus |
| sehr gut | Elbe-Haus |
| sehr gut | FAVORIT Massivhaus |
| sehr gut | Kern-Haus |
| sehr gut | Viebrockhaus |
| gut | Dennert Massivhaus |
| gut | hebelHAUS |
| gut | Heinz von Heiden |
| gut | ROTH MASSIVHAUS |
| gut | Town & Country Haus |
| | HAUSER Massivbau |
| | HELMA |
| | LECHNER Massivhaus |
| | Massivhaus-Zentrum |
| | OPTA Massivhaus |
| | TEAM Massivhaus |

| Faire Produktleistung | |
|-----------------------|---------------------|
| sehr gut | ARGE-HAUS |
| sehr gut | BAUMEISTER-HAUS |
| sehr gut | ECO System Haus |
| sehr gut | Elbe-Haus |
| sehr gut | FAVORIT Massivhaus |
| sehr gut | Kern-Haus |
| sehr gut | Viebrockhaus |
| gut | Dennert Massivhaus |
| gut | hebelHAUS |
| gut | Heinz von Heiden |
| gut | ROTH MASSIVHAUS |
| gut | Town & Country Haus |
| | HAUSER Massivbau |
| | HELMA |
| | LECHNER Massivhaus |
| | Massivhaus-Zentrum |
| | OPTA Massivhaus |
| | TEAM Massivhaus |

| Faire Kundenberatung | |
|----------------------|---------------------|
| sehr gut | ARGE-HAUS |
| sehr gut | BAUMEISTER-HAUS |
| sehr gut | ECO System Haus |
| sehr gut | Kern-Haus |
| sehr gut | Town & Country Haus |
| sehr gut | Viebrockhaus |
| gut | Dennert Massivhaus |
| gut | Elbe-Haus |
| gut | FAVORIT Massivhaus |
| gut | hebelHAUS |
| gut | Heinz von Heiden |
| gut | ROTH MASSIVHAUS |
| | HAUSER Massivbau |
| | HELMA |
| | LECHNER Massivhaus |
| | Massivhaus-Zentrum |
| | OPTA Massivhaus |
| | TEAM Massivhaus |

| Faire Kundenkommunikation | |
|---------------------------|---------------------|
| sehr gut | ARGE-HAUS |
| sehr gut | BAUMEISTER-HAUS |
| sehr gut | Elbe-Haus |
| sehr gut | FAVORIT Massivhaus |
| sehr gut | Kern-Haus |
| sehr gut | ROTH MASSIVHAUS |
| sehr gut | Viebrockhaus |
| gut | Dennert Massivhaus |
| gut | ECO System Haus |
| gut | hebelHAUS |
| gut | Heinz von Heiden |
| gut | Town & Country Haus |
| | HAUSER Massivbau |
| | HELMA |
| | LECHNER Massivhaus |
| | Massivhaus-Zentrum |
| | OPTA Massivhaus |
| | TEAM Massivhaus |

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

FOCUS MONEY Kundenurteil: Faire Massivhausanbieter (II)

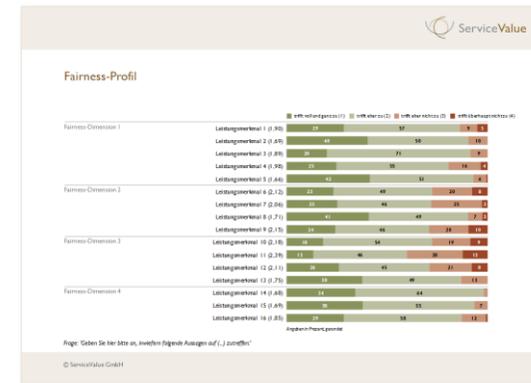
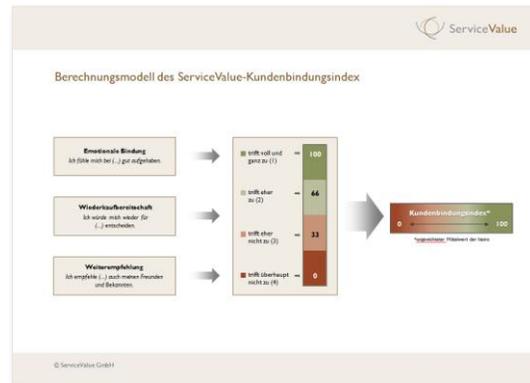
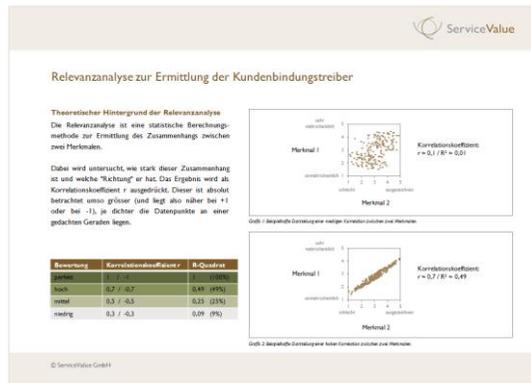
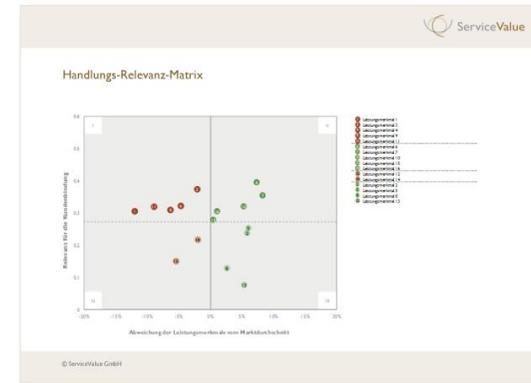
| Fairer Kundenservice | |
|----------------------|---------------------|
| sehr gut | ARGE-HAUS |
| sehr gut | BAUMEISTER-HAUS |
| sehr gut | ECO System Haus |
| sehr gut | Elbe-Haus |
| sehr gut | FAVORIT Massivhaus |
| sehr gut | Kern-Haus |
| sehr gut | ROTH MASSIVHAUS |
| sehr gut | Viebrockhaus |
| gut | Dennert Massivhaus |
| gut | hebelHAUS |
| gut | Heinz von Heiden |
| gut | Town & Country Haus |
| | HAUSER Massivbau |
| | HELMA |
| | LECHNER Massivhaus |
| | Massivhaus-Zentrum |
| | OPTA Massivhaus |
| | TEAM Massivhaus |

| Faires Preis-Leistungs-Verhältnis | |
|-----------------------------------|---------------------|
| sehr gut | ARGE-HAUS |
| sehr gut | BAUMEISTER-HAUS |
| sehr gut | ECO System Haus |
| sehr gut | Elbe-Haus |
| sehr gut | FAVORIT Massivhaus |
| sehr gut | hebelHAUS |
| sehr gut | Kern-Haus |
| gut | Dennert Massivhaus |
| gut | Heinz von Heiden |
| gut | ROTH MASSIVHAUS |
| gut | Town & Country Haus |
| gut | Viebrockhaus |
| | HAUSER Massivbau |
| | HELMA |
| | LECHNER Massivhaus |
| | Massivhaus-Zentrum |
| | OPTA Massivhaus |
| | TEAM Massivhaus |

| Nachhaltigkeit & Verantwortung | |
|--------------------------------|---------------------|
| sehr gut | ARGE-HAUS |
| sehr gut | BAUMEISTER-HAUS |
| sehr gut | ECO System Haus |
| sehr gut | FAVORIT Massivhaus |
| sehr gut | Kern-Haus |
| sehr gut | Town & Country Haus |
| sehr gut | Viebrockhaus |
| gut | Dennert Massivhaus |
| gut | Elbe-Haus |
| gut | hebelHAUS |
| gut | Heinz von Heiden |
| gut | ROTH MASSIVHAUS |
| | HAUSER Massivbau |
| | HELMA |
| | LECHNER Massivhaus |
| | Massivhaus-Zentrum |
| | OPTA Massivhaus |
| | TEAM Massivhaus |

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

Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

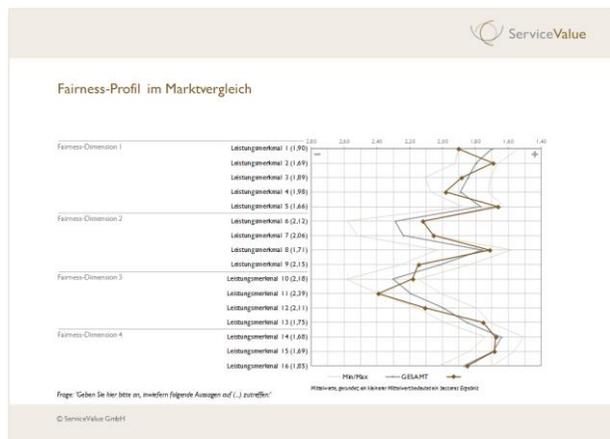
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

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?

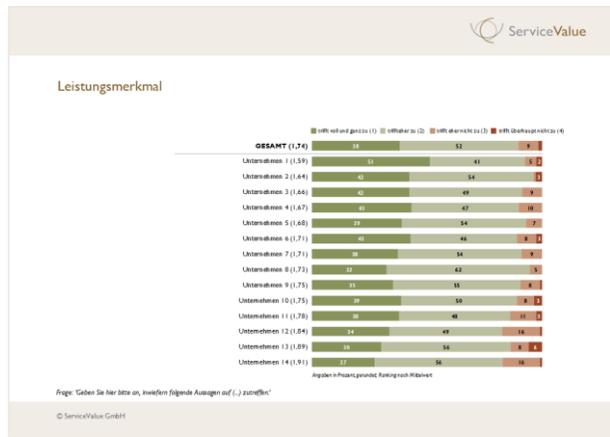
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



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

⇒ Fairness-Profil 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

Bestellung

- Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Massivhausanbietern 2025“ (Einzelexemplar, 200 Seiten, PDF) zum Preis von 4.900,- € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT) zum Preis von 2.900,-€ netto (ggf. zzgl. anfallender Reisekosten)
- Vorteilsangebot**
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Massivhausanbietern 2025“ (Einzelexemplar, 200 Seiten, PDF) und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch zum Preis von 6.800,- € netto (ggf. 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

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