



Kundenurteil: Fairness von Massivhausanbietern 2026

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	Mai / Juni 2026
Stichprobe	1.445 Befragte, die in den letzten 36 Monaten Erfahrungen mit dem Bau eines Massivhauses gemacht haben
Auswertung	Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse <u>Detaillierergebnisse für 18 Massivhausanbieter:</u> • ARGE-HAUS • Baudirekt • BAUMEISTER-HAUS • Dennert Massivhaus • ECO System Haus • Elbe-Haus • FAVORIT Massivhaus • HAUSER Massivbau • hebelHAUS • Heinz von Heiden • HELMA • Kern-Haus • LECHNER Massivhaus • OPTA Massivhaus • ROTH MASSIVHAUS • TEAM Massivhaus • Town & Country Haus • Viebrockhaus
Gesamtumfang	199 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

Studiendesign (I)

Kundenbindung	• Emotionale Bindung • Wiederkaufbereitschaft • Weiterempfehlung
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

Studiendesign (II)

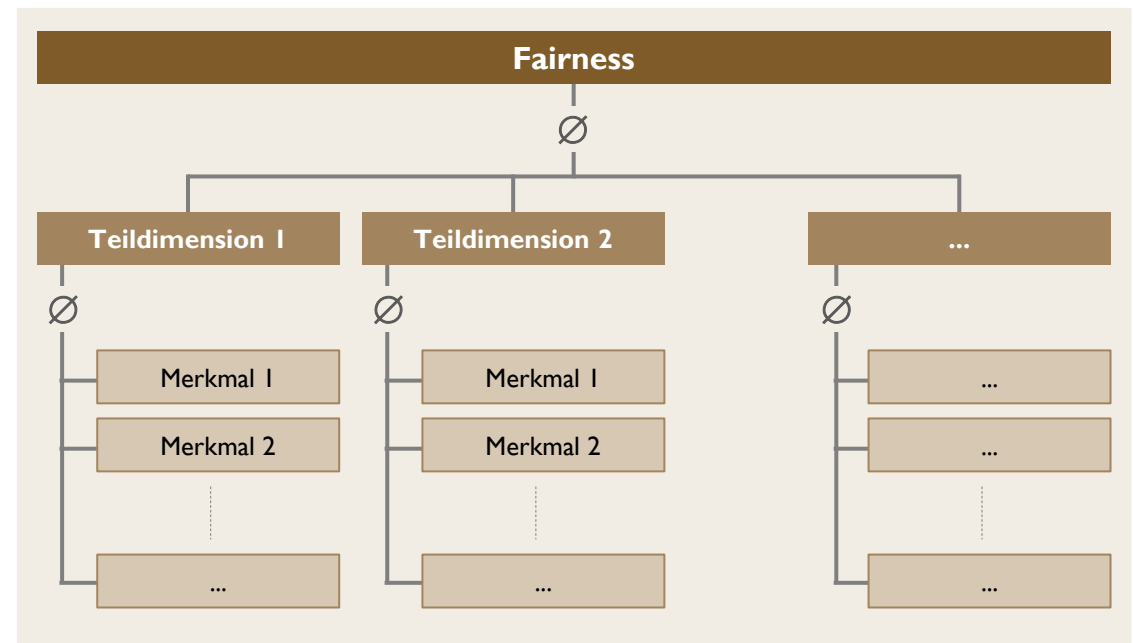
Faire Kunden-kommunikation	• Fester Ansprechpartner während des Bauprojekts • Angemessener Informationsumfang • Verbindlichkeit von Aussagen • Verständlichkeit der Kommunikation • Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
Fairer Kundenservice	• Entlastung bei Bereitstellung von Unterlagen • 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)
Zukunftsstärke	• Ökonomische Nachhaltigkeit

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)	Zukunftsstärke • Ökonomische Nachhaltigkeit

FOCUS MONEY Kundenurteil: Faire Massivhausanbieter (I)

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

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

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

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

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

FOCUS MONEY Kundenurteil: Faire Massivhausanbieter (II)

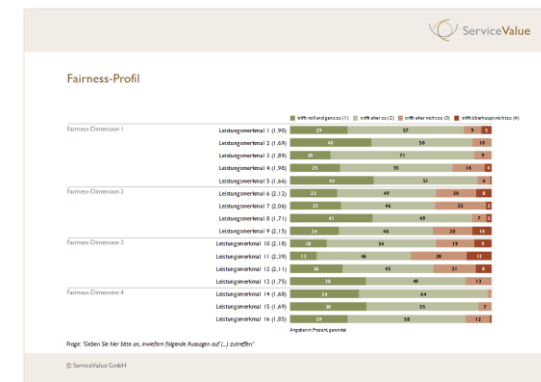
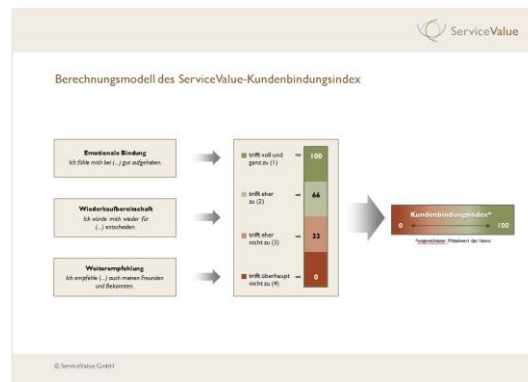
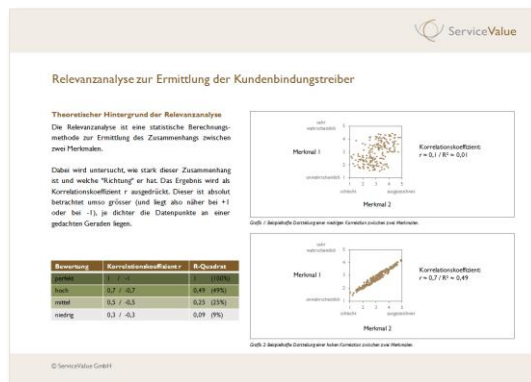
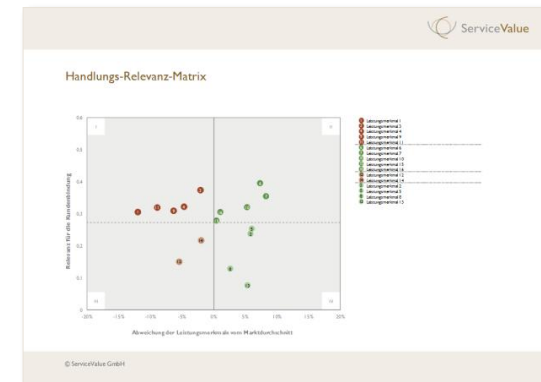
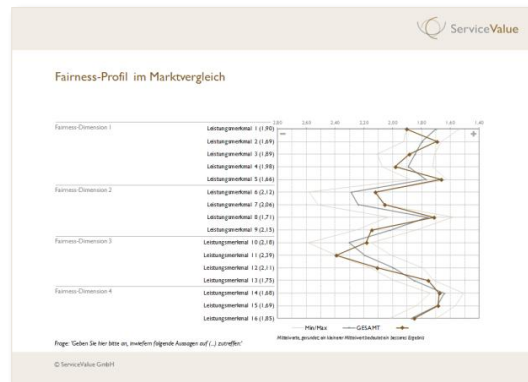
Fairer Kundenservice	
sehr gut	ARGE-HAUS
sehr gut	BAUMEISTER-HAUS
sehr gut	FAVORIT Massivhaus
sehr gut	HELMA
sehr gut	Kern-Haus
sehr gut	Viebrockhaus
gut	Baudirekt
gut	Dennert Massivhaus
gut	ECO System Haus
gut	Heinz von Heiden
gut	ROTH MASSIVHAUS
gut	TEAM Massivhaus
gut	Town & Country Haus
	Elbe-Haus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

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

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

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

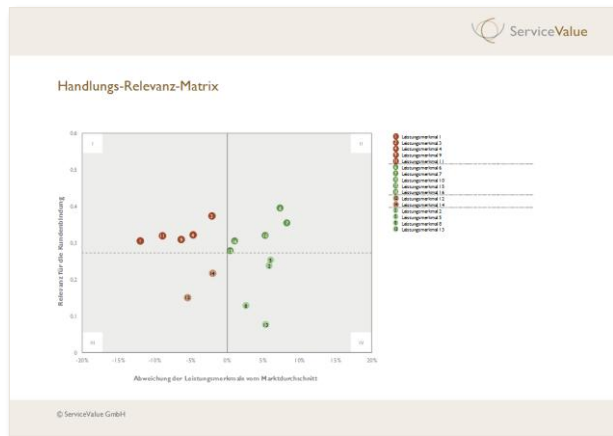
Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

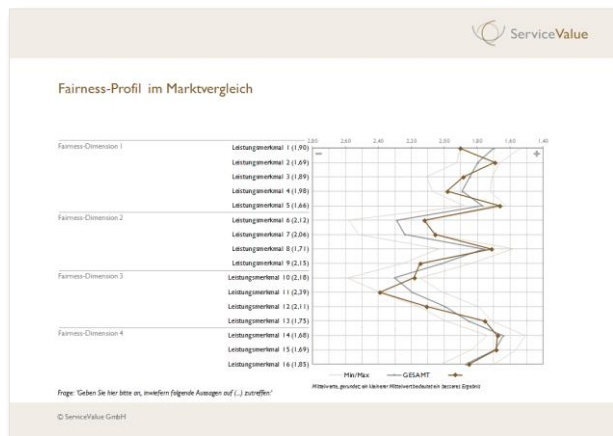
... und liefern Antworten auf Ihre Fragen. Im Folgenden finden Sie einige Beispiele.

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?

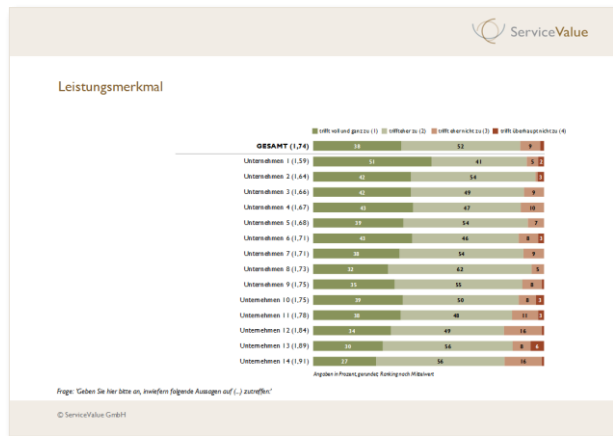
⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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, Wiederkaufsbereitschaft und Weiterempfehlung

Studienbestellung per E-Mail an Bestellung@ServiceValue.de

Bestellung

- ☐ **Benchmarkstudie** „Kundenurteil: Fairness von Massivhausanbietern 2026“ (Einzelexemplar, 199 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 2026“ (Einzelexemplar, 199 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. 34I

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