ServiceValue

# Pressemitteilung

# Die Anbieter mit der höchsten Transparenz

## Verbraucher bewerten Unternehmen aus 44 Branchen

**Köln, 17.11.2026.** Welche konkreten Leistungen sind bei bestimmten Produkt- oder Dienstleistungsangeboten inbegriffen? Wie setzten sich die Kosten zusammen? Und welche Informationen über das Unternehmen könnten darüber hinaus relevant sein? Um all das herauszufinden, sind Kunden auf die Offenheit der Unternehmen angewiesen. Bei welchen Anbietern Verbraucher eine besondere Transparenz wahrnehmen, hat ServiceValue in Kooperation mit dem F.A.Z. Institut in der Studie „Transparenz 2026“ untersucht. Dafür wurden in einer Bevölkerungsbefragung knapp 124.000 Urteile zu 957 Unternehmen aus 44 Branchen eingeholt und ausgewertet.

**Methode**
Die Erhebung, auf der die Untersuchung basiert, wurde eigeninitiiert und unabhängig von den bewerteten Anbietern durchgeführt. Gefragt wurde konkret, inwieweit die zu untersuchenden Unternehmen als Anbieter von Produkten/Dienstleistungen aus Sicht der Befragten eine insgesamt hohe Transparenz aufweisen. Für die Auswertung wurde mittels einer fünfstufigen Zustimmungsskala für jedes Unternehmen der Mittelwert der abgegebenen Stimmen berechnet und ins Verhältnis zu den Werten der Mitbewerber gesetzt. Lag der empirische Mittelwert eines Unternehmens niedriger und somit besser als der Gesamtmittelwert der jeweiligen Branche, wurde ihm die Auszeichnung „Hohe Transparenz“ zugeschrieben. Lag der Eigenwert zusätzlich noch niedriger als der Mittelwert dieser bereits überdurchschnittlichen Gruppe, erhielt das Unternehmen die Auszeichnung „Sehr hohe Transparenz“.

**Die bestbewerteten Branchengewinner**
Das Unternehmen mit dem übergreifend besten Wert ist der Fertighausanbieter SchwörerHaus, gefolgt von seinem Mitbewerber HANSE HAUS sowie dem Energieversorger eprimo und dem Autohändler Auto Bierschneider. Die bestbewerteten aller 44 Branchengewinner sind im Folgenden mitsamt ihren jeweiligen Unternehmensmittelwerten aufgeführt.

| Branchengewinner | Mittelwert | Branche |
|---|---|---|
| SchwörerHaus | 2,45 | Fertighausanbieter |
| eprimo | 2,47 | Energieversorger |
| Auto Bierschneider | 2,47 | Autohändler |
| TK - Die Techniker | 2,48 | Krankenkassen |
| Debeka | 2,48 | Versicherer |
| Consorsbank | 2,49 | Direktbanken |
| CHECK24 | 2,50 | Versicherungs-/Finanzvergleichsportale |
| SEGMÜLLER | 2,50 | Möbelhändler |
| Verti | 2,52 | Direktversicherer |
| Apollo-Optik | 2,52 | Optiker |
| SMARTBROKER+ | 2,53 | Online-Broker |

| | | |
|---|---|---|
| Deutsche Bausparkasse Badenia | 2,53 | Bausparkassen |
| Lease a Bike | 2,53 | Dienstfahrrad-Leasing |
| ALLVEST | 2,53 | Digitalversicherer |
| Vereinigte Lohnsteuerhilfe (VLH) | 2,54 | Lohnsteuerhilfevereine |
| shop.degussa-goldhandel.de | 2,54 | Münz- & Edelmetallhändler |
| Manpower | 2,54 | Personaldienstleister |
| Quirin Privatbank | 2,55 | Privatbanken |
| ABACUS Nachhilfeinstitut | 2,55 | Nachhilfeanbieter |
| Küchen Aktuell | 2,55 | Küchenfachhändler |
| mömax | 2,55 | Möbelhändler - Discount |
| Wüstenrot Baufinanzierung | 2,55 | Baufinanzierer - Vermittler |
| Wüstenrot Immobilien | 2,55 | Immobilienmakler |

Weitere Branchengewinner sind unter anderem die Neobank C24, die Fondsgesellschaft Amundi, das Kreuzfahrtportal e-hoi.de, der Spezialversicherer LV 1871, das Online-Reisebüro urlaub.check24.de sowie der Finanzvertrieb TELIS FINANZ.

*„Handelt ein Unternehmen nach dem Black-Box-Prinzip und lässt Kunden im Unklaren darüber, was beispielsweise die konkrete Verwendung ihrer Daten angeht oder wie Entscheidungen im Einzelnen getroffen werden, so verstärkt es das ohnehin bestehende Informationsungleichgewicht“,* kommentiert Dr. Claus Dethloff, Geschäftsführer der ServiceValue GmbH. *„Nur echte Transparenz und Nachvollziehbarkeit bringen Kunden auf Augenhöhe und ermöglichen einen gleichberechtigten Austausch.“*

Das vollständige Ranking zu „Transparenz 2026“ finden Sie HIER.

**Text & Redaktion**
Marieke Kötting
ServiceValue GmbH
Dürener Straße 341
D-50935 Köln
www.servicevalue.de

