DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT

DOKUMENTATION – Zusammenfassung
Servicestudie: Fertighausanbieter 2026





„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 04. November 2026

UNTERNEHMEN
KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Bianca Möller
Geschäftsführerin

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
b.moeller@disq.de
www.disq.de

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Kim Schaper
Projektleiterin Marktforschung

Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 17
k.schaper@disq.de
www.disq.de

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Thomas Ecke, Getty Images/Wavebreakmedia

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

Das Marktforschungsinstitut

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucher-orientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kunden-befragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey Catja Stammen / Redaktionsleiterin ntv Wirtschaftsmagazine
Nachhaltigkeit	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

Das Marktforschungsinstitut
Beirat

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Der Beirat unterstützt die unabhängige Arbeit und die strategische Weiterentwicklung des DISQ.



Brigitte Zypries
Beiratsvorsitzende
Ex-Bundesministerin für Wirtschaft und Energie, davor langjährige Bundesjustizministerin



Prof. Dr. Michel Clement
Inhaber des Lehrstuhls für Marketing & Medien am Institut für Marketing der Universität Hamburg



Judith Klose
Vice President Media & Marketing beim digitalen Markt- und Meinungsforschungsunternehmen Civey



Catja Stammen
Redaktionsleiterin für die Wirtschaftsmagazine des Nachrichtensenders ntv

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

		Seite
1.	**Zahlen und Fakten zur Studie**	**6**
2.	**Fazit**	**8**
3.	**Gesamtergebnis**	**9**
4.	**Die besten Unternehmen**	**11**
5.	**Stärken und Schwächen der Branche**	**13**
	Beratung vor Ort	14
	Online-Service	17
	Telefonischer Service	18
	Service per E-Mail	19
6.	**Methodik**	**20**
Anhang		**39**

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

1. Zahlen und Fakten zur Studie

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	13 Fertighausanbieter
Studienzeitraum	Juni bis September 2026
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 468 Servicekontakte (36 je Anbieter)

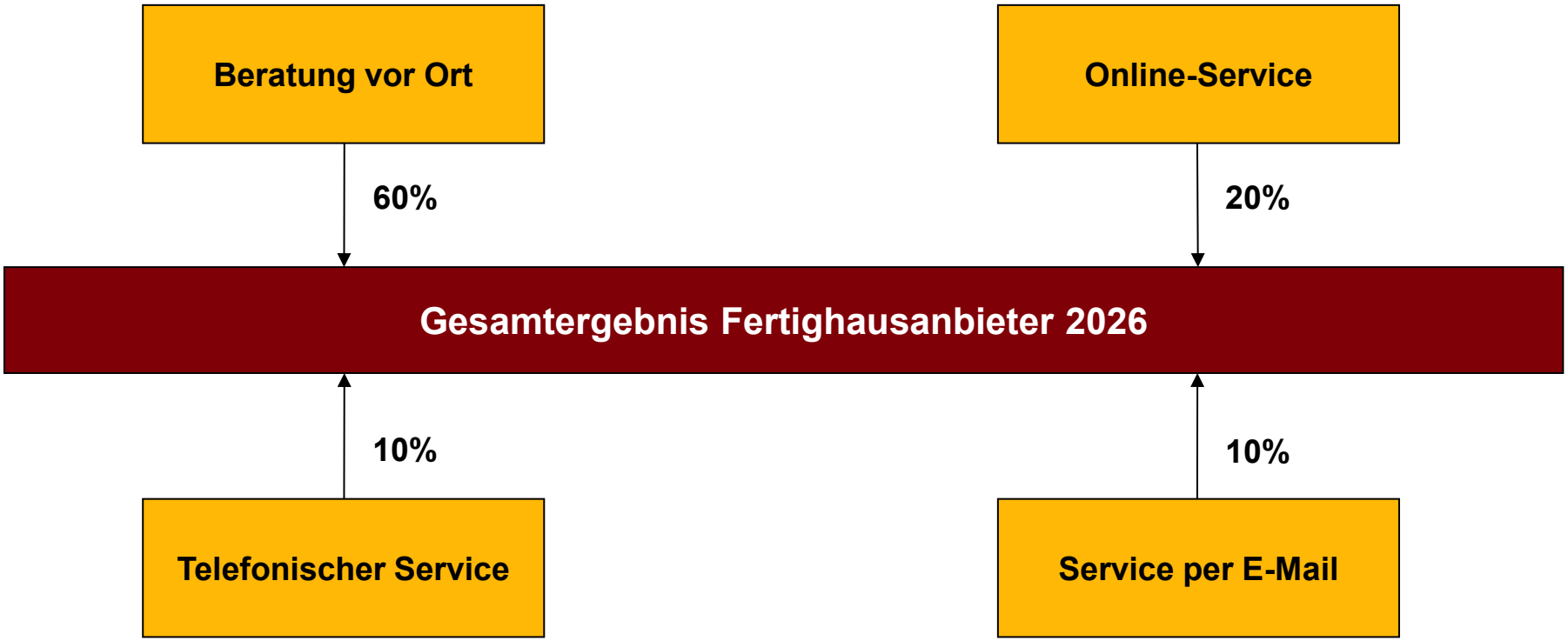
- 65 Vor-Ort-Beratungen inkl. Angebotsunterlagen (5 je Anbieter)
- 143 Analysen des Online-Service
  - 13 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)
  - 130 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
- 130 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)
- 130 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT



© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

3. Gesamtergebnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Gesamtergebnis Fertighausanbieter			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	**Fingerhaus**	**84,0**	**sehr gut**
2	**Scanhaus Marlow**	**80,8**	**sehr gut**
3	**Danwood**	**78,4**	**gut**
4	**Schwörerhaus**	**76,6**	**gut**
5	**Schwabenhaus**	**76,1**	**gut**
6	**Massa Haus**	**76,0**	**gut**
7	**Okal**	**73,4**	**gut**
8	**Weberhaus**	**72,0**	**gut**
9	**Kampa**	**71,8**	**gut**
10	**Hanse Haus**	**71,2**	**gut**
11	**Allkauf Haus**	**68,5**	**befriedigend**
12	**Bien-Zenker**	**64,7**	**befriedigend**
13	**Streif**	**64,1**	**befriedigend**
	Branche (Mittelwert)	**73,7**	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

3. Gesamtergebnis

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Gesamtergebnis Fertighausanbieter 100%			Beratung vor Ort 60%		Online-Service 20%		Telefonischer Service 10%		Service per E-Mail 10%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	**Fingerhaus**	**84,0**	2	87,2	1	78,7	2	71,7	1	87,7
2	**Scanhaus Marlow**	**80,8**	1	88,5	7	72,3	4	65,8	3	67,2
3	**Danwood**	**78,4**	3	85,7	6	73,0	7	63,7	5	59,7
4	**Schwörerhaus**	**76,6**	7	82,5	2	77,6	11	58,9	8	57,4
5	**Schwabenhaus**	**76,1**	6	83,1	8	71,2	8	62,1	6	58,0
6	**Massa Haus**	**76,0**	4	85,1	12	59,9	1	72,1	7	57,6
7	**Okal**	**73,4**	8	82,5	11	66,1	13	50,9	9	56,3
8	**Weberhaus****	**72,0**	5	84,5	5	73,3	5	65,8	10	0,0
9	**Kampa**	**71,8**	10	78,1	13	57,4	6	64,9	2	69,6
10	**Hanse Haus**	**71,2**	12	72,8	3	76,4	9	61,2	4	60,9
11	**Allkauf Haus****	**68,5**	9	80,8	9	71,1	12	58,6	10	0,0
12	**Bien-Zenker****	**64,7**	11	73,1	10	70,2	3	67,9	10	0,0
13	**Streif****	**64,1**	13	72,3	4	73,5	10	60,7	10	0,0
	Branche (Mittelwert)	**73,7**		81,2		70,8		63,4		44,2

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

** Das Unternehmen beantwortete im Testzeitraum weniger als die Hälfte der E-Mail-Anfragen. Der Service per E-Mail wurde deshalb mit null Punkten bewertet.

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

4. Die besten Unternehmen

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	**Fingerhaus**	Scanhaus Marlow	Danwood
Beratung vor Ort	Scanhaus Marlow	Fingerhaus	Danwood
Online-Service	Fingerhaus	Schwörerhaus	Hanse Haus
Telefonischer Service	Massa Haus	Fingerhaus	Bien-Zenker
Service per E-Mail	Fingerhaus	Kampa	Scanhaus Marlow

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Hintergrund der Studie

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Fertighäuser sind für viele Bauinteressierte eine zunehmend relevante Option bei der Entscheidung für ein Eigenheim. Die Bedeutung des Segments belegt auch die amtliche Statistik: Nach Angaben des Statistischen Bundesamts (Destatis) war im Jahr 2023 fast jedes vierte fertiggestellte Wohngebäude ein vorgefertigtes Haus aus der Fabrik.*

Gleichzeitig zeigen Indikatoren aus dem Genehmigungsgeschehen eine anhaltende Nachfrage: Für 2024 liegt der Fertighausanteil bei neu genehmigten Ein- und Zweifamilienhäusern bei 26,1 Prozent (Genehmigungen als vorgelagerter Indikator, nicht identisch mit Fertigstellungen).**

Für Verbraucherinnen und Verbraucher wird damit umso wichtiger, welcher Anbieter im Erstkontakt Orientierung gibt. Denn gerade zu Beginn des Entscheidungsprozesses prägen Transparenz, Verständlichkeit und Verlässlichkeit der Beratung – sowie die Frage, ob Informationen insgesamt konsistent und nachvollziehbar sind – die Sicherheit der eigenen Entscheidung.

Ziel dieser Studie war es, den Fertighausanbieter mit der besten Beratungsqualität zu identifizieren. Welches Unternehmen bot den besten Service und ging am individuellsten auf unterschiedliche Kundenbedürfnisse ein?

* Vgl. Statistisches Bundesamt unter: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/06/PD24_N030_31.html (Abruf am: 03.06.2026).
** Vgl. Bundesverband Deutscher Fertigbau e.V. (BDF) unter: https://www.fertigbau.de/presse/2167/fertigh%C3%A4user-gewinnen-in-der-baukrise-an-marktanteil.html (Abruf am: 03.06.2026).

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungsumfang

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Ausgangspunkt der Samplerecherche war die Mitgliedsliste Fertighaushersteller des Bundesverbandes Deutscher Fertigbau e.V. (BDF).* Darüber hinaus wurde die Vorstudie** betrachtet sowie mittels umfangreicher Internetrecherche weitere potenzielle Testkandidaten identifiziert. Aufgenommen wurden Anbieter, die über mindestens 20 Musterhäuser in Deutschland verfügen und zusätzlich eine Online-Relevanz aufweisen.***
Die Untersuchung umfasste folgende 13 Unternehmen (in alphabetischer Reihenfolge):

- Allkauf Haus
- Bien-Zenker
- Danwood
- Fingerhaus
- Hanse Haus
- Kampa
- Massa Haus
- Okal
- Scanhaus Marlow
- Schwabenhaus
- Schwörerhaus
- Streif
- Weberhaus

* Vgl. Bundesverbandes Deutscher Fertigbau e.V. (2024): Fertighaushersteller: A – Z. Online unter: https://www.fertigbau.de/mitglieder/index.html#fertighausherstellerlink (Abruf am: 01.06.2026).
** Vgl. DISQ (2024): Servicestudie Fertighausanbieter. Online unter: https://disq.de/2024/20241030-servicestudie-fertighausanbieter-4.html (Abruf am: 01.06.2026).
*** Online unter: https://www.similarweb.com/de/

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Vorgehensweise

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Jedes Unternehmen wurde im Rahmen von je fünf verdeckten Testbesuchen in verschiedenen Musterhausparks sowie Musterhäusern vor Ort getestet. Die terminierten Beratungsgespräche fanden in 13 verschiedenen deutschen Städten statt (siehe Anhang). Am häufigsten wurden Standorte in Fellbach (bei Stuttgart), Frechen (bei Köln) und Wuppertal aufgesucht.
- Die Beratungsqualität wurde anhand von zwei Rollenspielen mit unterschiedlichen Profilen und Fragestellungen analysiert. Die Richtigkeit und Vollständigkeit der Auskünfte wurde mittels gezielter Fachfragen geprüft.
- Zusätzlich zu den Beratungsgesprächen wurden zur Bewertung der Beratung vor Ort die ausgehändigten Angebotsunterlagen hinsichtlich ihrer Qualität sowie des Umfangs geprüft.
- Zudem wurde die Beratungsqualität durch Mystery-Tests per Telefon wie auch per E-Mail analysiert. Hierbei kamen pro Unternehmen zehn Rollenspiele mit spezifischen Anfragen zum Thema Fertighausbau zum Einsatz.

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Rollenspiele

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Die Unternehmen wurden im Zeitraum vom 1. Juli bis 24. August 2026 anhand persönlicher Beratungsgespräche vor Ort analysiert. Den Gesprächen lagen identische Anliegen zugrunde. Dabei kamen die beiden folgenden Kundenprofile zum Einsatz:

Kundenprofil A: Neubau Fertighaus, untere Preisklasse, passendes Grundstück bereits ins Auge gefasst

Eckdaten
- Paar, ca. 35-55 Jahre, keine Kinder
- Einkommen: Person A ca. 60.000 Euro brutto/Jahr (Angestellte/r, Vollzeit); Person B: ca. 39.600 Euro brutto/Jahr (Angestellte/r, Teilzeit)
- Eigenkapital: Zwischen 70.000 und 90.000 Euro

Vorstellungen
- Bau eines Einfamilienhauses, untere Preisklasse (bis ca. 250.000 Euro)
- Wohnfläche: ca. 120-130 m², bebaute Fläche: ca. 70-80 m²
- Zimmer: drei bis vier plus Küche/Bad/WC
- Grundstücksgröße: ca. 400-500 m²

Themenbereich
- Kostenfaktoren und Einsparpotenzial beim Hausbau

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Rollenspiele

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Kundenprofil B: Neubau Fertighaus, mittlere Preisklasse, passendes Grundstück bereits ins Auge gefasst

Eckdaten
- Paar, ca. 40-55 Jahre, keine Kinder
- Einkommen: Person A ca. 80.400 Euro brutto/Jahr (Angestellte/r, Vollzeit); Person B: ca. 66.000 Euro brutto/Jahr (Angestellte/r, Vollzeit)
- Eigenkapital: Zwischen 130.000 und 170.000 Euro

Vorstellungen
- Bau eines Einfamilienhauses, mittlere Preisklasse (bis ca. 400.000 Euro)
- Wohnfläche: ca. 145-105 m², bebaute Fläche: ca. 85-100 m²
- Zimmer: fünf plus Küche/Bad/WC
- Grundstücksgröße: ca. 500-600 m²

Themenbereich
- Energieeffizienz und Ausstattung

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Rollenspiele

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Bei den Mystery-Tests per Telefon und E-Mail verwendeten die geschulten Tester für die Anfragen definierte Rollenspiele mit Fragestellungen rund um den Fertighausbau. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Testanfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Informationen zu Baunebenkosten, Baugenehmigung und Bauzeitpunkt
- Hinweise zur Energieeffizienz und Fördermöglichkeiten
- Ablauf der Bauabnahme und Gewährleistungsfrist
- Informationen zu Ausbaustufen
- Unterschiede zwischen Fertig- und Ausbauhäusern
- Informationen zur Grundstückauswahl und Bauvariationen

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Beratung vor Ort		100,0%
Beratungsgespräche		80,0%
Angebotsunterlagen		20,0%

Beratungsgespräche		100,0%
Beratungskompetenz		**25,0%**
Richtigkeit der Aussagen	5,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	4,0%	
Strukturierte Beratung	2,0%	
Individuelle Beratung	4,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	3,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	3,0%	
Transparente Kostendarstellung	3,0%	
Technologiekompetenz	1,0%	
Lösungsqualität		**25,0%**
Gezielte Bedarfsanalyse	12,5%	
Bedarfsgerechte Antworten	2,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	2,0%	
Aufzeigen von Produktalternativen	1,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	1,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	2,0%	
Bewertung des Lösungsvorschlages	2,5%	
Abschlussbereitschaft	2,0%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Beratungsgespräche (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		**20,0%**
Positive Gesprächseröffnung	1,0%	
Persönliche Vorstellung des Beraters	1,5%	
Namensansprache	1,5%	
Aktive Gesprächsführung	1,5%	
Interaktionsqualität	1,5%	
Blickkontakt	1,5%	
Freundlichkeit	3,0%	
Motivation	3,0%	
Der Mitarbeiter nahm sich genügend Zeit	2,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,0%	
Positive Formulierungen	1,5%	
Positive Verabschiedung	1,0%	
Qualität des Umfelds		**15,0%**
Gestaltung der Räumlichkeiten	2,0%	
Raumatmosphäre	2,0%	
Sauberkeit der Räumlichkeiten	2,0%	
Erscheinungsbild der Berater	2,0%	
Berater als solche erkennbar	1,0%	
Barrierefreies Umfeld	1,0%	
Äußeres Erscheinungsbild des Gebäudes	1,0%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Beratungsgespräche (Fortsetzung)		
Qualität des Umfelds (Fortsetzung)		**15,0%**
Diskrete Beratungsatmosphäre	2,0%	
Sitzmöglichkeiten während der Beratung	1,0%	
Getränkeangebot	1,0%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		**10,0%**
Zustande gekommene Beratungen im Erstkontakt	3,0%	
Anteil der Beratungen, die innerhalb von 5 Minuten begannen	2,0%	
Wartezeit bis zur Beratung	4,0%	
Weitere Wartezeiten	1,0%	
Kundenerlebnis		**5,0%**
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	2,0%	
Mehrwert der Beratung	1,0%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Angebotsunterlagen		100,0%
Verfügbarkeit von Angebotsunterlagen		**40,0%**
Umfang der Unterlagen		**35,0%**
Allgemeine Leistungsübersicht/Kostenaufstellung	5,0%	
Bau- oder Ausstattungsbeschreibung	5,0%	
Verschiedene Bauvarianten	5,0%	
Grundrisse oder Hausansichten	5,0%	
Hinweis auf Förderprogramme	5,0%	
Allgemeines Informationsmaterial	5,0%	
Kontaktdaten des Beraters	5,0%	
Individuelle Zusammenstellung		**15,0%**
Inhaltlich auf Anfrage abgestimmt	5,0%	
Namentliche Personalisierung	3,0%	
Individuelle Grundrisse oder Hausansichten	4,0%	
Preisangaben	3,0%	
Struktur/Optik der Unterlagen		**10,0%**
Inhaltlicher Aufbau erkennbar	2,5%	
Inhaltsverzeichnis	2,5%	
Wertigkeit (z.B. Papierqualität, handschriftliche Notizen)	2,5%	
Farbe	2,5%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%

Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		**50,0%**
Filterfunktion (z. B. Preisklasse, Bauart, Dachform, Wohnfläche)	3,0%	
Verzeichnis/Übersicht der Musterhäuser/Standorte des Anbieters	3,0%	
Download-Möglichkeit Informationsmaterial	1,5%	
Zusendung von Informationsmaterial	1,5%	
Informationen zur Bauweise/-technik	1,5%	
Informationen zu den Ausbaustufen	1,5%	
Informationen zu zum Bauablauf / Bauzeit	1,5%	
Informationen zur Wohngesundheit/Baubiologie	1,5%	
Informationen zur Energieeffizienz	3,0%	
Informationen zur Finanzierung	3,0%	
Hinweis auf Fördermöglichkeiten	3,0%	
Hinweis/Ratgeber bezüglich Bodenplatte/Keller*	1,0%	
Hinweis/Ratgeber bezüglich Grundstücksuche	1,0%	
Informationen zur Steuerung der Haustechnik (z. B. Lüftung, Licht)	1,0%	
3D-Modelle bzw. virtueller Rundgang	2,0%	
Hauskonfigurator/-planer	2,0%	

* Fertighäuser werden häufig ab Oberkante Kellerdecke geliefert. Die notwendige Bodenplatte und gegebenenfalls ein Kellergeschoss müssen teils als Eigenleistung erbracht werden. Der Leistungsumfang sowie Informationen wie etwa ein Ratgeber zu den weiteren Arbeiten oder Dienstleistern sind für Interessenten daher von großer Bedeutung.

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Spezielle Informationen und Funktionen (Fortsetzung)		
Merk-/Vergleichsfunktion für ausgewählte Häuser	1,0%	
Verschiedene Fotos zu den Haustypen	1,0%	
Persönlicher Kundenbereich	2,0%	
Anzahl Klicks bis Übersicht der Standorte	5,0%	
Anzahl Klicks bis Hinweis auf Fördermöglichkeiten	5,0%	
Anzahl Klicks bis Informationen zur Energieeffizienz	5,0%	
Allgemeine Informationen		**30,0%**
AGB/Rechtliches	3,5%	
FAQ/Hilfebereich	3,0%	
Datenschutzerklärung	2,0%	
Cookie-Einstellungsoption	2,0%	
Glossar	1,0%	
Volltext-Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	1,0%	
Newsletter	1,5%	
Multimediale Elemente (Videos, Grafiken, etc.)	1,5%	
Mobiloptimierte Website	2,0%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Kontaktinformationen		**20,0%**
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	1,5%	
E-Mail-Adresse (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Allgemeines Kontaktformular	1,5%	
Postanschrift (außerhalb des Impressums/der AGB)	2,0%	
Explizite Kritik-Möglichkeit	2,5%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Instagram, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, WhatsApp)	1,0%	
KI-gestützter Chatbot	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Nutzerbetrachtung		100,0%
Emotionale und visuelle Aspekte		**50,0%**
Optik und Gestaltung	15,0%	
Vertrauenswürdigkeit und Sicherheit	15,0%	
Gesamtzufriedenheit	15,0%	
Erwartungen übertroffen	5,0%	
Funktionale und nutzungsbezogene Aspekte		**50,0%**
Bedienbarkeit (Intuitivität)	15,0%	
Auffindbarkeit von Informationen	15,0%	
Problemlösungskompetenz	15,0%	
Technische Funktionalität	5,0%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Telefonischer Service		100,0%
Beratungskompetenz		**30,0%**
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Beratung	4,0%	
Individuelle Beratung	5,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,0%	
Glaubwürdigkeit des Beraters	4,0%	
Lösungsqualität		**20,0%**
Gezielte Bedarfsanalyse	5,0%	
Bedarfsgerechte Antworten	5,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Relation Gesprächsdauer und -ergebnis	2,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	4,0%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Telefonischer Service (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		**20,0%**
Vollständige Meldeformel	1,5%	
Positive Gesprächseröffnung	1,5%	
Namensansprache	1,0%	
Aktive Gesprächsführung	2,5%	
Interaktionsqualität	2,5%	
Freundlichkeit	4,0%	
Motivation	3,0%	
Akustische Verständlichkeit	1,5%	
Positive Formulierungen	1,0%	
Positive Verabschiedung	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		**20,0%**
Zustande gekommene Gespräche im Erstkontakt	7,0%	
Durchschnittliche Wartezeit	7,0%	
Gesprächsannahme innerhalb von 20 Sekunden	3,0%	
Wöchentliche Erreichbarkeit	3,0%	
Kundenerlebnis		**10,0%**
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Service per E-Mail		100,0%
Beratungskompetenz		**35,0%**
Richtigkeit der Aussagen	7,0%	
Vollständigkeit der Aussagen	6,0%	
Strukturierte Darstellung	4,0%	
Individuelle Antworten	6,0%	
Inhaltliche Verständlichkeit	4,5%	
Souveränität	4,5%	
Orthografisch und grammatikalisch fehlerfreie Antwort	3,0%	
Lösungsqualität		**20,0%**
Bedarfsgerechte Antworten	6,0%	
Aufzeigen des Kunden- oder Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik
Untersuchungskriterien

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Aussagekräftige Betreffzeile	1,0%	
Anfragetext in Antwort enthalten	1,5%	
Positiver Einstieg	1,0%	
Anrede mit Namen	2,0%	
Dank für die Kontaktaufnahme	2,0%	
Freundlichkeit der Antwort	3,0%	
Optische Gestaltung	2,0%	
Positive Formulierungen	2,0%	
Aktives Hilfsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Vollständige und aktuelle Kontaktdaten	1,5%	
Wartezeiten und Erreichbarkeit		20,0%
Zusendung einer Empfangsbestätigung	3,0%	
Eingegangene Antwort	7,0%	
Dauer bis zum Erhalt der Antwort	7,0%	
Zusendung einer Antwort in 24 Stunden	3,0%	
Kundenerlebnis		**5,0%**
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

6. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Unternehmen	Internetseite	Telefonnummer	E-Mail-Adresse / Kontaktformular
Allkauf Haus	www.allkauf-ausbauhaus.de	06761 903010	info@allkauf.de
Bien-Zenker	www.bien-zenker.de	06661 980	info@bien-zenker.de / Kontaktformular
Danwood	www.danwood.de	030 67823980	info@danwood.de
Fingerhaus	www.fingerhaus.de	06451 504560	hausbau@fingerhaus.de / Kontaktformular
Hanse Haus	www.hanse-haus.de	09741 808409	info@hanse-haus.de / Kontaktformular
Kampa	www.kampa.de	07367 920920	info@kampa.de / Kontaktformular
Massa Haus	www.massa-haus.de	10 Musterhäuser	info@massa-haus.de
Okal	www.okal.de	0800 65254287	info@okal.de
Scanhaus Marlow	www.scanhaus.de	038221 4000	info@scanhaus.de / Kontaktformular
Schwabenhaus	www.schwabenhaus.de	10 Info-Center	info@schwabenhaus.de / Kontaktformular
Schwörerhaus	www.schwoererhaus.de	07387 16111 07387 160	info@schwoerer.de / Kontaktformular
Streif	www.streif.de	06551 12300	info@streif.de / Kontaktformular
Weberhaus	www.weberhaus.de	07853 83832	Kontaktformular
Testzeitraum	**28. Juni – 31. August 2026**	**29. Juni – 14. September 2026**	**23. Juni – 20. August 2026**

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

Anhang

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

		Seite
A.	**Test-Erlebnisse**	**40**
	Positiv	40
	Negativ	41
B.	**Städteverzeichnis**	**42**
C.	**Beratung vor Ort**	**43**
D.	**Online-Service**	**44**
E.	**Telefonischer Service**	**45**
F.	**Service per E-Mail**	**46**
G.	**Allgemeine Methodik (Servicetests)**	**47**
H.	**Nachhaltigkeit**	**49**

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

G. Allgemeine Methodik
Servicetests

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

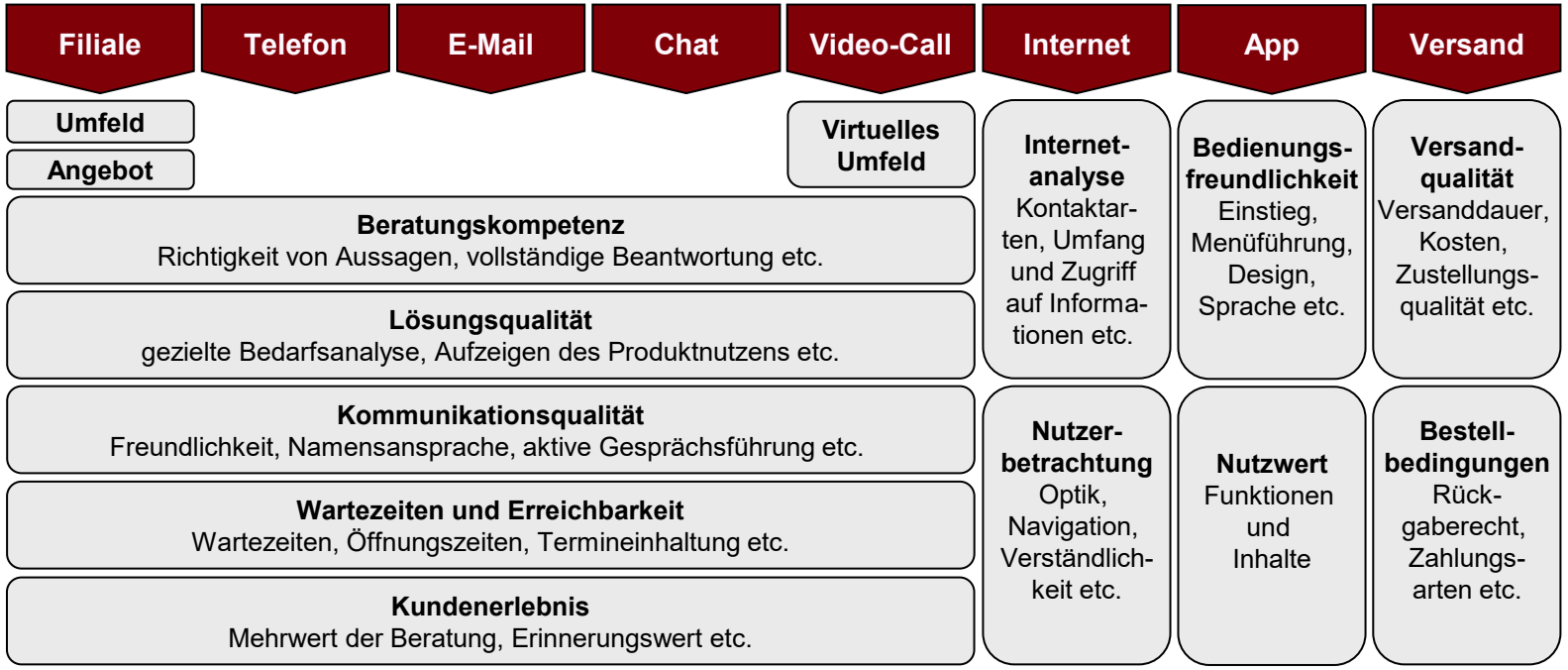
- Ziel: Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- Basis: Standardisierte, objektiv nachprüfbare Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- Analyse: Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- Verfahren: Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- Mystery-Aktivitäten: Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- Online-Service: Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

G. Allgemeine Methodik
Servicetests

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätsurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH

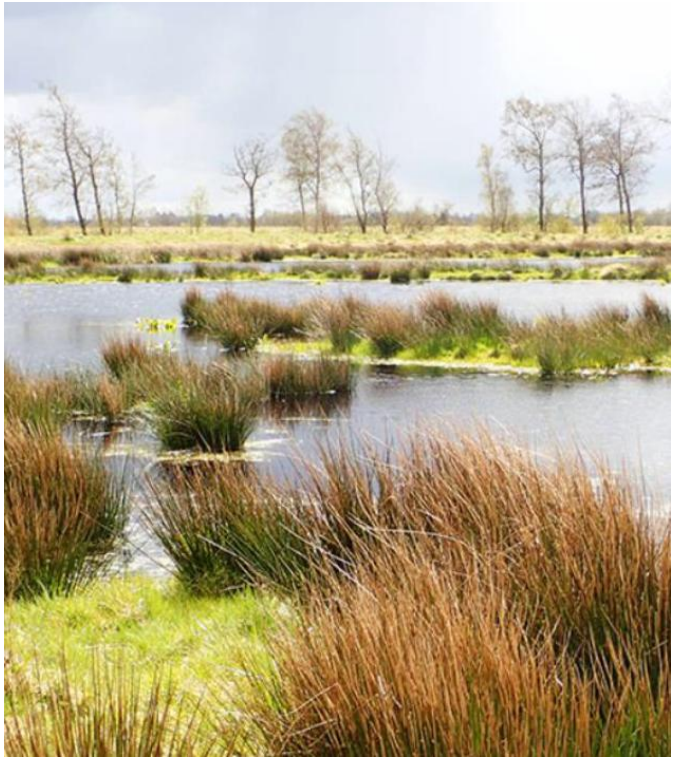
H. Nachhaltigkeit
Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

DEUTSCHES INSTITUT FÜR SERVICE-QUALITÄT

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO_2-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO_2-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO_2-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zuletzt zur Renaturierung des Grotmoors in Schleswig-Holstein (CO_2-Zertifikate von MoorFutures)

Moor Futures

- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Renaturierung von Moorflächen in Schleswig-Holstein (Symbolbild)

Fotoquelle: myclimate

© 2026 DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH