



# Kundenurteil: Fairness von Baufinanzierern 2017

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 15 Banken und 10 Vermittler



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>	September / Oktober 2017	
<b>Stichprobe</b>	1.723 Kunden mit 2.260 Urteilen zu 25 Baufinanzierern (Bewertung von bis zu 2 Baufinanzierern, bei denen die Befragten in den letzten 24 Monaten Kunden waren)	
<b>Auswertung</b>	Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse  Detaillierergebnisse für 15 Banken <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1822direkt</li> <li>• comdirect</li> <li>• Commerzbank</li> <li>• Deutsche Bank</li> <li>• DKB Deutsche Kreditbank</li> <li>• HypoVereinsbank</li> <li>• ING-DiBa</li> <li>• Postbank</li> <li>• PSD Banken</li> <li>• Santander Bank</li> <li>• Sparda-Banken</li> <li>• Sparkassen</li> <li>• Targobank</li> <li>• Volks- u./o. Raiffeisenbanken</li> <li>• Volkswagen Bank</li> </ul>	Detaillierergebnisse für 10 Vermittler <ul style="list-style-type: none"> <li>• ACCEDO</li> <li>• Baufi24</li> <li>• Baugeld Spezialisten</li> <li>• creditweb</li> <li>• Dr. Klein</li> <li>• DTW Immobilienfinanzierung</li> <li>• Enderlein Baufinanzierungen</li> <li>• Interhyp</li> <li>• MKIB</li> <li>• PLANETHYP (PlanetHome)</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	287 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)	

## Studiendesign (I)

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Image</li> </ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung</li> <li>• Treue</li> <li>• Loyalität</li> <li>• Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>
<b>Faires Produktangebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produktauswahl</li> <li>• Transparenz der Produkte und Leistungen</li> <li>• Zuverlässigkeit der Produkte</li> <li>• Flexibilität der Produkte</li> <li>• Passgenaue Finanzierungsformen</li> <li>• Flexible Gestaltung von Zinsbindungsfrist und Tilgungshöhe</li> </ul>
<b>Fairer Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informationsgehalt der Internetseite</li> <li>• Online-Baufinanzierungsrechner</li> <li>• Erreichbarkeit von Mitarbeitern</li> <li>• Reaktionszeit bei Kundenanfragen</li> <li>• Reaktion bei Problemen (Zeit + Qualität)</li> </ul>
<b>Faire Kundenkommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erstellung eines übersichtlichen Tilgungsplanes</li> <li>• Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen</li> <li>• Verbindlichkeit von Aussagen</li> <li>• Angemessener Informationsumfang</li> </ul>

## Studiendesign (II)

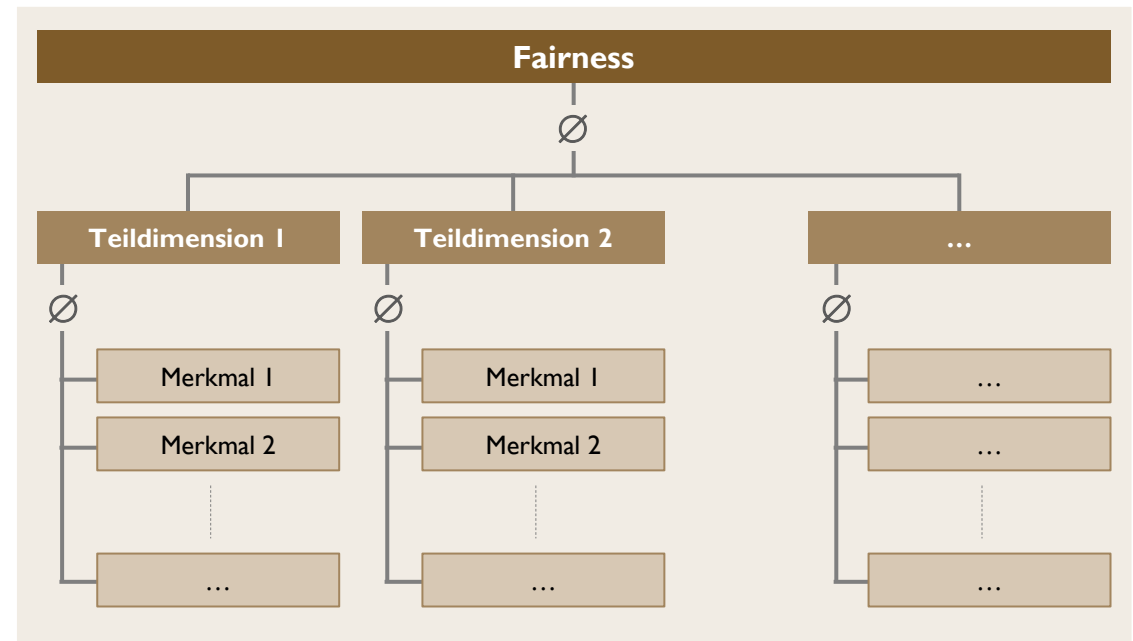
<p><b>Faire Kundenberatung</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausreichend Zeit für Finanzierungsberatung</li> <li>• Umfassende Analyse der Finanzsituation</li> <li>• Fachkompetenz</li> <li>• Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft</li> <li>• Erläuterung von Vor- und Nachteilen der Finanzierungsformen</li> <li>• Eingehen auf Kundenbedürfnisse</li> <li>• Nachvollziehbare Erläuterungen</li> <li>• Umfassende Beratung zum Thema Fördermöglichkeiten</li> <li>• Aufklärung über Risiken der Finanzierung</li> <li>• Aufklärung über Restschuld am Ende der Vertragslaufzeit</li> <li>• Aufklärung über Zinsrisiken bei der Anschlußfinanzierung</li> </ul>
<p><b>Faires Preis-Leistungs-Verhältnis</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niedrige Zinsen</li> <li>• Flexible Sondertilgungsmöglichkeiten</li> <li>• Kostengünstige Anpassung der Tilgungshöhe</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 Baufinanzierern

### Fairness

#### Faires Produktangebot

- Produktauswahl
- Transparenz der Produkte und Leistungen
- Zuverlässigkeit der Produkte
- Flexibilität der Produkte
- Passgenaue Finanzierungsformen
- Flexible Gestaltung von Zinsbindungsfrist und Tilgungshöhe

#### Fairer Kundenservice

- Informationsgehalt der Internetseite
- Online-Baufinanzierungsrechner
- Erreichbarkeit von Mitarbeitern
- Reaktionszeit bei Kundenanfragen
- Reaktion bei Problemen (Zeit + Qualität)

#### Faire Kundenberatung

- Ausreichend Zeit für Finanzierungsberatung
- Umfassende Analyse der Finanzsituation
- Fachkompetenz
- Auskunftsfähigkeit und -bereitschaft
- Erläuterung von Vor- und Nachteilen der Finanzierungsformen
- Eingehen auf Kundenbedürfnisse
- Nachvollziehbare Erläuterungen
- Umfassende Beratung zum Thema Fördermöglichkeiten
- Aufklärung über Risiken der Finanzierung
- Aufklärung über Restschuld am Ende der Vertragslaufzeit
- Aufklärung über Zinsrisiken bei der Anschlußfinanzierung

#### Faire Kundenkommunikation

- Erstellung eines übersichtlichen Tilgungsplanes
- Verständlichkeit der Angebots- und Vertragsunterlagen
- Verbindlichkeit von Aussagen
- Angemessener Informationsumfang

#### Faires Preis-Leistungs-Verhältnis

- Niedrige Zinsen
- Flexible Sondertilgungsmöglichkeiten
- Kostengünstige Anpassung der Tilgungshöhe

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Baufinanzierer – Banken (I)

FAIRNESS	
sehr gut	ING-DiBa
sehr gut	PSD Banken
sehr gut	Sparda-Banken
sehr gut	Targobank
sehr gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
gut	comdirect
gut	Commerzbank
gut	DKB Deutsche Kreditbank
	I822direkt
	Deutsche Bank
	HypoVereinsbank
	Postbank
	Santander Bank
	Sparkassen
	Volkswagen Bank

Faires Produktangebot	
sehr gut	ING-DiBa
sehr gut	PSD Banken
sehr gut	Sparda-Banken
sehr gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
gut	Commerzbank
gut	DKB Deutsche Kreditbank
gut	Targobank
	I822direkt
	comdirect
	Deutsche Bank
	HypoVereinsbank
	Postbank
	Santander Bank
	Sparkassen
	Volkswagen Bank

Fairer Kundenservice	
sehr gut	ING-DiBa
sehr gut	PSD Banken
sehr gut	Sparda-Banken
sehr gut	Targobank
gut	comdirect
gut	Commerzbank
gut	DKB Deutsche Kreditbank
gut	Sparkassen
gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
	I822direkt
	Deutsche Bank
	HypoVereinsbank
	Postbank
	Santander Bank
	Volkswagen Bank

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

## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Baufinanzierer – Banken (II)

Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	ING-DiBa
sehr gut	Sparda-Banken
sehr gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
gut	Commerzbank
gut	DKB Deutsche Kreditbank
gut	PSD Banken
gut	Targobank
	I822direkt
	comdirect
	Deutsche Bank
	HypoVereinsbank
	Postbank
	Santander Bank
	Sparkassen
	Volkswagen Bank

Faire Kundenberatung	
sehr gut	Sparda-Banken
sehr gut	Targobank
sehr gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
gut	Commerzbank
gut	ING-DiBa
gut	PSD Banken
gut	Sparkassen
	I822direkt
	comdirect
	Deutsche Bank
	DKB Deutsche Kreditbank
	HypoVereinsbank
	Postbank
	Santander Bank
	Volkswagen Bank

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	DKB Deutsche Kreditbank
sehr gut	ING-DiBa
sehr gut	PSD Banken
sehr gut	Sparda-Banken
gut	comdirect
gut	Targobank
gut	Volks- u./o. Raiffeisenbanken
gut	Volkswagen Bank
	I822direkt
	Commerzbank
	Deutsche Bank
	HypoVereinsbank
	Postbank
	Santander Bank
	Sparkassen

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



## FOCUS-MONEY Kundenurteil: Fairer Baufinanzierer – Vermittler

FAIRNESS	
sehr gut	ACCEDO
sehr gut	Interhyp
gut	Baufi24
gut	Dr. Klein
gut	MKIB
	Baugeld Spezialisten
	creditweb
	DTW Immobilienfinanzierung
	Enderlein Baufinanzierungen
	PLANETHYP (PlanetHome)

Faires Produktangebot	
sehr gut	Baufi24
sehr gut	Interhyp
gut	ACCEDO
gut	Dr. Klein
gut	MKIB
	Baugeld Spezialisten
	creditweb
	DTW Immobilienfinanzierung
	Enderlein Baufinanzierungen
	PLANETHYP (PlanetHome)

Fairer Kundenservice	
sehr gut	ACCEDO
sehr gut	Interhyp
gut	Baufi24
gut	MKIB
	Baugeld Spezialisten
	creditweb
	Dr. Klein
	DTW Immobilienfinanzierung
	Enderlein Baufinanzierungen
	PLANETHYP (PlanetHome)

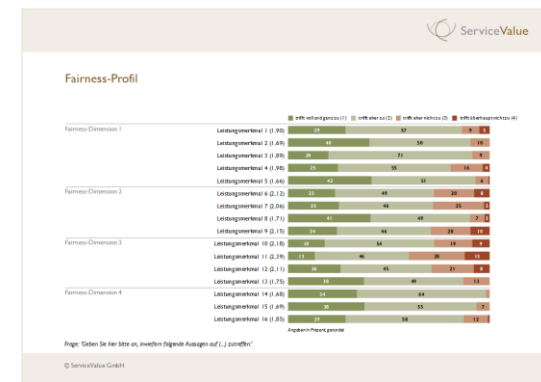
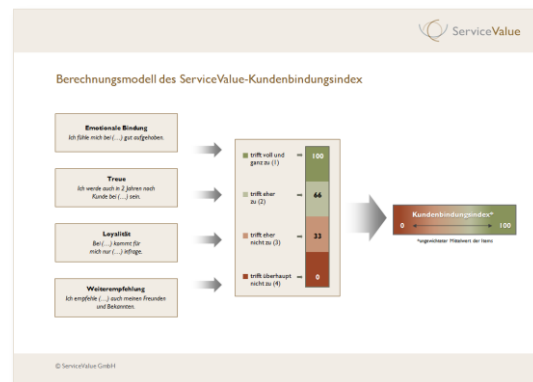
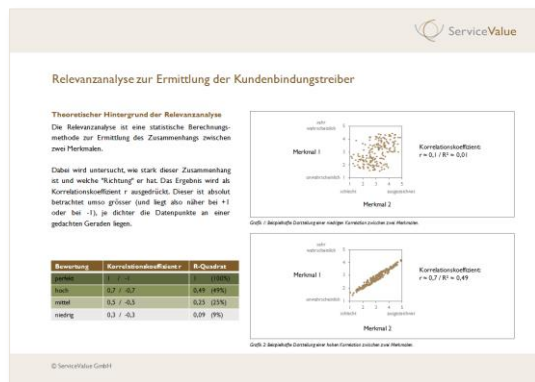
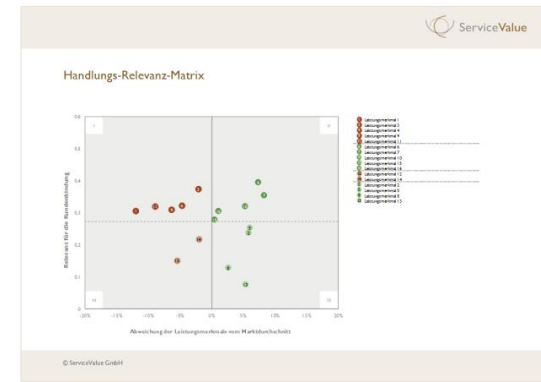
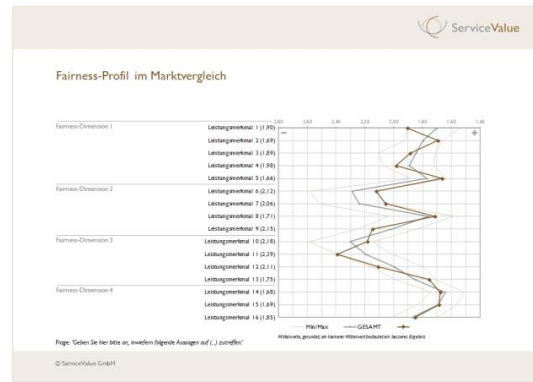
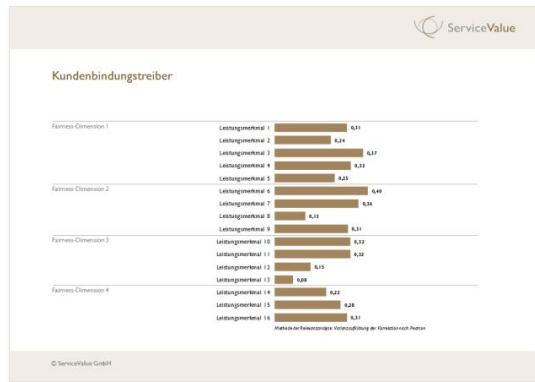
Faire Kundenkommunikation	
sehr gut	ACCEDO
sehr gut	Interhyp
gut	Baufi24
gut	MKIB
	Baugeld Spezialisten
	creditweb
	Dr. Klein
	DTW Immobilienfinanzierung
	Enderlein Baufinanzierungen
	PLANETHYP (PlanetHome)

Faire Kundenberatung	
sehr gut	ACCEDO
sehr gut	Baufi24
sehr gut	Interhyp
gut	Dr. Klein
gut	DTW Immobilienfinanzierung
gut	MKIB
	Baugeld Spezialisten
	creditweb
	Enderlein Baufinanzierungen
	PLANETHYP (PlanetHome)

Faires Preis-Leistungs-Verhältnis	
sehr gut	ACCEDO
sehr gut	Baufi24
sehr gut	Dr. Klein
sehr gut	Interhyp
sehr gut	MKIB
gut	Baugeld Spezialisten
	creditweb
	DTW Immobilienfinanzierung
	Enderlein Baufinanzierungen
	PLANETHYP (PlanetHome)

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

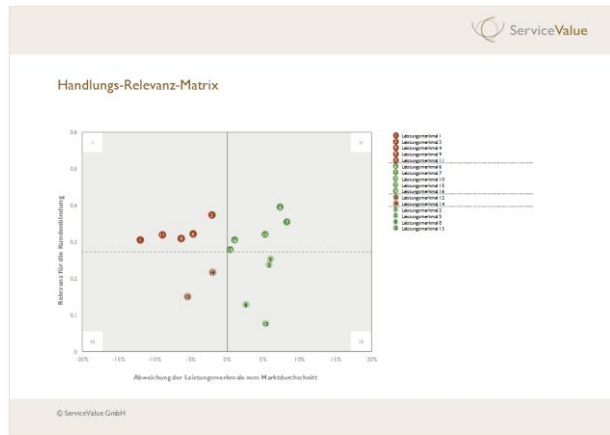
# Informationen werden anschaulich aufbereitet ...



Anonymisierte Musterfolien

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

## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)

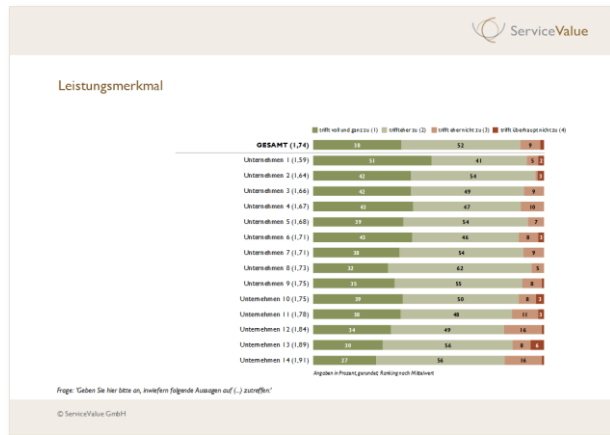


- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- 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, Treue, Loyalität 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 Baufinanzierern 2017“ (Einzelexemplar, 287 Seiten, PDF)  
zum Preis von 3.900,- € netto
- Ergebnispräsentation vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)  
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**  
Benchmarkstudie „Kundenurteil: Fairness von Baufinanzierern 2017“ (Einzelexemplar, 287 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation vor Ort zum Preis von 5.800,- € 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. 34 I

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 / Franz Pfluegl - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)