

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Direkt-Baufinanzierer 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“

Hamburg, 4. August 2022

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



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

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

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

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen 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) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
Verantwortung	Partnerschaft mit myclimate, Auszeichnung für Klimaneutralität

Inhaltsverzeichnis

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

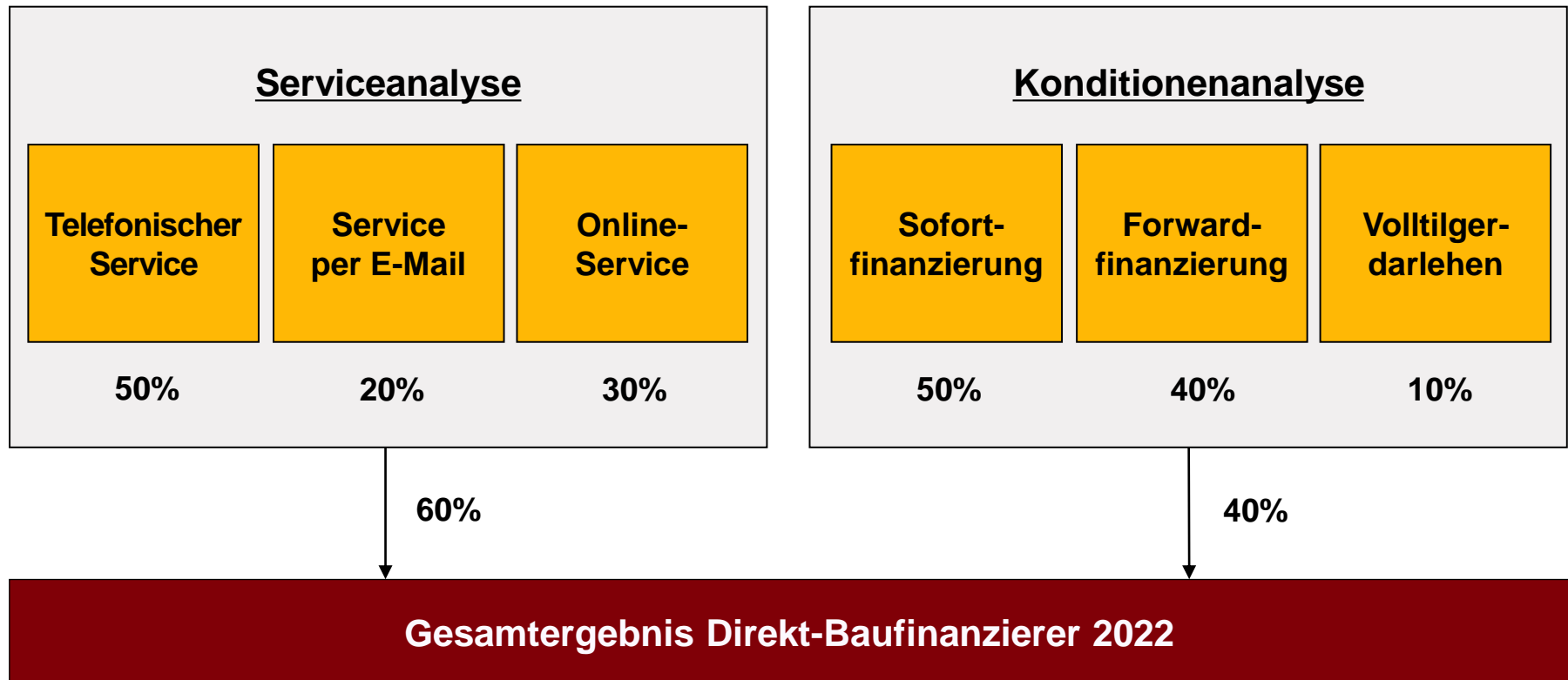
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Telefonischer Service	13
Service per E-Mail	14
Online-Service	15
Konditionen	16
6. Ergebnisse der Unternehmen	17
Serviceanalyse	17
Konditionenanalyse	19
7. Methodik	21
Serviceanalyse	23
Konditionen	32
Anhang	39

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	11 Direkt-Baufinanzierer
Studienzeitraum	April bis Juli 2022
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebethuth (OTH Regensburg)
Analysebereiche	Service, Konditionen
Serviceanalyse	Mystery-Tests, insgesamt 341 Servicekontakte (31 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 110 Analysen der telefonischen Kontaktqualität (10 je Anbieter)■ 110 Analysen der E-Mail-Beantwortung (10 je Anbieter)■ 121 Analysen des Online-Service:<ul style="list-style-type: none">■ 11 Analysen der Internetauftritte inklusive der Bereiche Transparenz und Sicherheit (1 je Anbieter)■ 110 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Konditionenanalyse	Vergleichende Bewertung der Konditionen (Effektivzinssätze und Leistungen) in den Produktkategorien Sofortfinanzierung, Forwardfinanzierung und Volltilgendarlehen (Datenstand: 1. Juni 2022)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Direkt-Baufinanzierer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Interhyp	83,1	sehr gut
2	Dr. Klein	81,7	sehr gut
3	Check24	80,0	sehr gut
4	1822direkt	78,8	gut
5	Comdirect	77,1	gut
6	DTW - Immobilienfinanzierung	75,3	gut
7	Accedo	74,2	gut
8	Planethome	64,9	befriedigend
9	Consorsbank	64,0	befriedigend
10	DKB Deutsche Kreditbank	37,8	mangelhaft
-	ING**	-	-
	Branche (Mittelwert)	71,7	

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.

** Dieses Unternehmen beantwortete die offizielle Anfrage zu den Konditionen nicht und blieb deshalb in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Direkt-Baufinanzierer			Service- analyse		Konditionen- analyse	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Interhyp	83,1	1	81,3	2	85,9
2	Dr. Klein	81,7	3	77,7	1	87,7
3	Check24	80,0	2	78,4	5	82,3
4	1822direkt	78,8	5	76,2	3	82,8
5	Comdirect	77,1	4	76,6	7	77,7
6	DTW - Immobilienfinanzierung	75,3	6	74,0	8	77,1
7	Accedo	74,2	7	73,1	9	76,0
8	Planethome	64,9	8	56,4	6	77,7
9	Consorsbank	64,0	10	51,5	3	82,8
10	DKB Deutsche Kreditbank	37,8	11	18,5	10	66,8
-	ING**	-	9	52,8	-	-
Branche (Mittelwert)		71,7	65,1		79,7	

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.

** Dieses Unternehmen beantwortete die offizielle Anfrage zu den Konditionen nicht und blieb deshalb in diesem Bereich sowie im Gesamtergebnis unberücksichtigt.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Interhyp	Dr. Klein	Check24
Serviceanalyse	Interhyp	Check24	Dr. Klein
Telefonischer Service	Interhyp	Comdirect	Check24
Service per E-Mail	Interhyp	1822direkt	Check24
Online-Service	Dr. Klein	Accedo	DTW - Immobilienfinanzierung
Konditionenanalyse	Dr. Klein	Interhyp	1822direkt
Sofortfinanzierung	Dr. Klein	Check24	Interhyp
Forwardfinanzierung	Dr. Klein	Interhyp	1822direkt, Consorsbank
Volltilgendarlehen	Interhyp	Planethome	Dr. Klein

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Viele Deutsche träumen von einem eigenen Haus – doch ist der Weg zum Eigenheim oft steinig und Bedarf guter finanzieller Planung. Eine direkte Baufinanzierung kann hier der Schlüssel zum Eigenheim sein und erfreut sich dementsprechend größter Beliebtheit. So ist es Anbetracht der steigenden Mietpreise oft eine attraktive Option, das Geld, mit dem ansonsten die monatliche Miete bezahlt wird, zur Tilgung der Bau- oder Finanzierungsraten zu verwenden.*

Die Möglichkeiten zum Erhalt eines Kredits zur Baufinanzierung sind heutzutage vielfältiger denn je und vor allem digitale Angebote und Beratungen spielen eine immer größere Rolle.** Eine Direkt-Baufinanzierung eignet sich vor allem für jene Kundinnen und Kunden, die über das Internet und Telefon mit ihrer Bank kommunizieren wollen und keine Filiale benötigen. Da bei einer so großen finanziellen Entscheidung eine kompetente Beratung und eine umfängliche Betreuung für viele Menschen dennoch essenziell ist, ist die richtige Anbieterwahl eine wichtige Entscheidung. Neben den Kreditkonditionen, monatlichen Raten und Sollzinsbindung spielt für Kreditnehmer somit auch der Service der Anbieter eine entscheidende Rolle.

Das Ziel dieser Studie war es daher, die Anbieter zu identifizieren, die sich im Hinblick auf die Konditionen und den Service am besten positionieren. Im Ergebnis sollte das Unternehmen ausgezeichnet werden, das aus einer konsequenten Kundenperspektive den besten Mix aus Konditionen und Service bietet.

* Westfälische Nachrichten (2021): Der Traum vom eigenen Haus – Ist er weiterhin lohnenswert? Online unter: <https://www.wn.de/freizeit/ratgeber/wohnen/der-traum-vom-eigenen-haus-ist-er-weiterhin-lohnenswert-1062342?pid=true> (zuletzt abgerufen am 11.04.2022).

** Der Bank-Blog (2021): Baufinanzierung 4.0: Digitalisierung all überall Online unter: <https://www.der-bank-blog.de/baufinanzierung-4-0-digitalisierung-all-ueberall/retail-banking/37672299/> (zuletzt abgerufen am 12.04.2022).

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Eine Voraussetzung für die Aufnahme in das finale Untersuchungssample war ein auf den online Vertrieb fokussiertes Angebot für Baufinanzierungen. Dabei war ein Indikator, dass die Finanzierungsanfrage im Internet vorbereitet werden konnte und der Anbieter einen unverbindlichen Zinssatz aufzeigte. Die Angebote sollten weiterhin bundesweit zur Verfügung stehen. Der Geschäftsfokus lag auf der Baufinanzierung online. Berücksichtigung fanden Anbieter mit mindestens 600.000 Kunden* (Direktbanken) oder mehr als 20 registrierten Baufinanzierungs-Vermittlern** (Online-Baufinanzierer).

Das finale Sample setzte sich aus folgenden elf Unternehmen zusammen (alphabetische Sortierung):

- 1822direkt
- Accedo
- Check24
- Comdirect
- Consorsbank
- DKB Deutsche Kreditbank
- Dr. Klein
- DTW - Immobilienfinanzierung
- ING
- Interhyp
- Planethome

* Vgl.: modern-banking (2018): abgerufen über: http://www.modern-banking.de/marktanteil_direktbanken.htm; Abrufdatum: 08.04.2022.

** Amtlicher Eintrag im Vermittlerregister (DIHK | Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.); Abrufdatum: 08.04.2022.

7. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkundinnen und -Kunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen zur (online-gestützten) Baufinanzierung. Diese Rollenspiele kamen bei allen Unternehmen in der gleichen Verteilung zum Einsatz. Alle Test-Anfragen wurden auf Interessentenbasis gestellt und hatten unter anderem folgende Themen zum Inhalt:

- Möglichkeiten für Flexibilität
- Sicherung des aktuellen Zinssatzes
- Kaufnebenkosten und Eigenkapital
- Benötigte Unterlagen
- Forward-Darlehen
- Baukindergeld
- Angebotsvergleich
- Fördermöglichkeiten
- Individueller Zinssatz und Grunderwerbsteuer

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

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%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

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%	
Beratungserlebnis		10,0%
Authentischer Berater	2,0%	
Gesprächsatmosphäre/Wohlfühlfaktor	4,0%	
Mehrwert der Beratung	2,0%	
Erinnerungswert	2,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

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- und Produktnutzens	4,0%	
Konsistente Darstellung	1,0%	
Relation Antwortumfang und -ergebnis	4,0%	
Einfache Lösung des Anliegens	5,0%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Service per E-Mail (Fortsetzung)		
Kommunikationsqualität		20,0%
Eindeutige Absenderkennung	1,0%	
Betreffzeile entspricht Ursprungsanfrage	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 Gesprächsangebot	1,0%	
Positive Verabschiedung	2,0%	
Nennung wichtiger 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%	
Beratungserlebnis		5,0%
Mehrwert der Antwort	1,5%	
Erinnerungswert	3,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Online-Service	100,0%
Internetanalyse	45,0%
Nutzerbetrachtung	40,0%
Transparenz und Sicherheit	15,0%

Internetanalyse	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Beschreibung der Prozessschritte*	5,0%
Angebot Online-Rechner (Anzahl der angebotenen Rechner)	5,0%
Angebot Online-Rechner Tilgungsplan	3,0%
Angaben zur Bearbeitungszeit	3,0%
Videoberatung/Liveberatung	3,0%
Checkliste für erforderliche Unterlagen (Download)	2,0%
Informationen zu Fördermitteln (z. B. KfW)	3,0%
Ratgeber/Tipps zum Thema Baufinanzierung	2,0%
Mediacenter (Video-Ratgeber, Podcast etc.)	2,0%
Angebot einer Immobilienbewertung	1,0%
Produktübersicht verschiedener Finanzierungsformen	2,0%
Beispielrechnung einer Baufinanzierung	2,0%
Informationen zu historischen Zinsentwicklung/Marktentwicklungen	2,0%
Anzahl Klicks bis zum Online-Rechner	5,0%
Anzahl Klicks bis Ratgeber/Tipps Baufinanzierung	5,0%
Anzahl Klicks bis zum Online-Antragsformular	5,0%

* Prozessbeschreibungen außerhalb der Websites, zum Beispiel in Form einer PDF-Datei, wurden nicht berücksichtigt.

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Internetanalyse (Fortsetzung)		
Allgemeine Informationen		30,0%
AGB/Rechtliches	4,0%	
FAQ/Hilfebereich	3,5%	
Glossar	2,5%	
Suchfunktion	2,5%	
Sitemap/Seitenbeschreibung	2,5%	
Newsletter	2,5%	
Mobiloptimierte Website	2,5%	
Anzahl Klicks bis zu den AGB/zum Rechtlichen	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den FAQ/zum Hilfebereich	5,0%	
Kontaktinformationen		20,0%
Telefonnummer (außerhalb des Impressums/der AGB)	1,5%	
Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%	
Call-Back-Service	2,0%	
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	3,0%	
Social-Media-Auftritt (Facebook, Twitter, Forum etc.)	1,0%	
Direct-Messaging (Chat, Skype, WhatsApp)	1,0%	
Anzahl Klicks bis zur Telefonnummer	2,5%	
Anzahl Klicks bis zur E-Mail Adresse/zum Kontaktformular	2,5%	

7. Methodik

Serviceanalyse – Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung Internet		100,0%
Bedienungsfreundlichkeit		50,0%
Einfache und intuitive Navigation	16,7%*	
Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*	
Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*	
Inhalte		50,0%
Strukturierung der Inhalte	16,7%*	
Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*	
Umfang der Inhalte	16,7%*	
Transparenz und Sicherheit Internet		100,0%
Transparenz		55,0%
Hinweis auf Widerruf allgemein auf der Website (außerhalb der AGB)	11,0%	
Fortschrittsanzeige im Anfrageprozess	8,0%	
Hinweis auf AGB	7,0%	
Aktive Zustimmung zu den AGB	11,0%	
Hinweis auf Datenschutzerklärung im Anfrageprozess	7,0%	
Aktive Zustimmung zur Datenschutzerklärung	11,0%	
Sicherheit		45,0%
Sichtbare SSL-Verschlüsselung des gesamten Anfrageprozesses (ab erster Eingabe persönlicher Daten, z. B. Name, Adresse)	20,0%	
Sichtbare SSL-Verschlüsselung des letzten Schritts im Anfrageprozess	20,0%	
Finanzierungsanfrage ohne Registrierungspflicht möglich	5,0%	

* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse	Internetseite
1822direkt	069 5050930	info@1822direkt.de / Kontaktformular	www.1822direkt.de
Accedo	0800 2288500	info@accedo.de	www.accedo.de
Check24	089 24241122	baufi@check24.de/ Kontaktformular	www.check24.de/baufinanzierung/
Comdirect	04106 7082525	interessent@comdirect.de / Kontaktformular	www.comdirect.de
Consorsbank	0911 3694646	info@consorsbank.de / Kontaktformular	www.consorsbank.de
DKB Deutsche Kreditbank	030 12030000	info@dkb.de / Kontaktformular	www.dkb.de
Dr. Klein	0800 8833880 / 0451 14083333	info@drklein.de / Kontaktformular	www.drklein.de
DTW - Immobilienfinanzierung	0800 1155600	info@immobilienfinanzierung.de / Kontaktformular	www.immobilienfinanzierung.de
ING	069 50603070	info@ing.de / Kontaktformular	www.ing.de
Interhyp	0800 200151515	info@interhyp.de / Kontaktformular	www.interhyp.de
Planethome	089 76774188	finanzierung@planethome.de / Kontaktformular	www.planethome.de
Testzeitraum	29. April - 13. Juni 2022	5. Mai - 15. Juni 2022	25. April - 10. Juni 2022

7. Methodik

Konditionenanalyse – Vorgehensweise

Verbraucher, die sich für eine Baufinanzierung entscheiden, haben unterschiedliche Finanzierungsformen zur Auswahl. Abhängig von der aktuellen Lebens- und Finanzsituation des Kreditnehmers und der jeweiligen Marktsituation bieten sich bestimmte Arten der Finanzierung an. Die vorliegende Analyse erfolgte für drei typische Produktgattungen:

- Die wohl bekannteste und zugleich meistgenutzte Darlehensart ist das Annuitätendarlehen (auch – und im Folgenden – als **Sofortfinanzierung** bezeichnet). Die Annuität ist die vereinbarte jährliche, immer gleichbleibende Rate für eine Kapitalschuld, die aus einem Zins- und einem Tilgungsanteil besteht.
- Unter **Forwardfinanzierung** versteht man die heutige Vereinbarung eines Zinssatzes für ein Darlehen, das erst in der Zukunft aufgenommen wird. Ein Forward-Darlehen schafft Kalkulationssicherheit für eine spätere Finanzierung nach Ablauf der Zinsbindung.
- Der Sinn des **Volltilgerdarlehens** ist es, innerhalb eines bestimmten Zeitraums das Darlehen komplett zurückzuzahlen. Hierbei wird die Höhe der Monatsrate so gewählt, dass der Kredit innerhalb der Zinsfestschreibung abbezahlt ist. Die Besonderheit der Volltilgung ist, dass der Zinssatz über die gesamte Laufzeit festgeschrieben ist. Durch die lange Zinsbindung gewähren die Anbieter in der Regel einen gewissen Zinsabschlag.

7. Methodik

Konditionenanalyse – Vorgehensweise

Die eingehende Analyse umfasste die Konditionen der Unternehmen in den Bereichen Sofortfinanzierung, Forwardfinanzierung und Volltilgerdarlehen.

Die Daten wurden über offizielle Anfragen des Deutschen Instituts für Service-Qualität an die getesteten Unternehmen erhoben. Die Ermittlung der Konditionen erfolgte einheitlich stichtagsbezogen zum 1. Juni 2022. Die Analyse und Bewertung basierte nur auf jenen Angeboten, die bundesweit zur Verfügung standen.

Der Konditionenanalyse lag für jede Finanzierungsform jeweils ein Modellfall zugrunde, der einen Vergleich der Angebote ermöglichte.

7. Methodik

Konditionenanalyse – Modellfälle

Die Analyse der Konditionen für das Produkt **Sofortfinanzierung** erfolgte anhand des folgenden Modellfalls:

- Beleihungswert der Immobilie: 450.000 Euro
- Benötigte Darlehenssumme: 360.000 Euro
- Beleihungswert: 80 Prozent
- Auszahlung: 100 Prozent
- Tilgungssatz: 2,5 Prozent
- Ratenzahlung: monatlich
- Kredit nur von einer Bank, keine weiteren Finanzierungspartner
- Zinsbindungsszenarien: 5 Jahre – 10 Jahre – 15 Jahre
- Objekt: selbstgenutztes Einfamilienhaus, 200 qm Wohnfläche
- Kunde:
 - Beruf: Kaufmännischer Angestellter (seit 01.01.2013, unbefristet beschäftigt, Bereich: sonstige Dienstleistungen)
 - Familienstatus: verheiratet, keine Kinder
 - Geboren am 16.06.1982
 - Haushaltseinkommen: 8.000 Euro brutto / 4.500 Euro netto

7. Methodik

Konditionenanalyse – Modellfälle

Die Analyse der Konditionen für das Produkt **Forwardfinanzierung** erfolgte anhand des folgenden Modellfalls:

- Beleihungswert der Immobilie: 320.000 Euro
- Finanzierungssumme zum 30.10.2023: 140.000 Euro
- Auszahlung: 100 Prozent
- Tilgungssatz: 2,5 Prozent
- Kredit nur von einer Bank, keine weiteren Finanzierungspartner
- Zinsbindungsszenarien: 5 Jahre – 10 Jahre – 15 Jahre
- Objekt: selbstgenutztes Einfamilienhaus, 150 qm Wohnfläche
- Kunde:
 - Beruf: Kaufmännischer Angestellter (seit 01.07.2008, unbefristet beschäftigt, Bereich: sonstige Dienstleistungen)
 - Familienstatus: verheiratet, zwei Kinder
 - Geboren am 10.02.1973
 - Haushaltseinkommen: 5.200 Euro brutto / 3.500 Euro netto

7. Methodik

Konditionenanalyse – Modellfälle

Die Analyse der Konditionen für das Produkt **Volltilgerdarlehen** erfolgte anhand des folgenden Modellfalls:

- Beleihungswert der Immobilie: 180.000 Euro
- Finanzierungssumme: 144.000 Euro
- Beleihungswert: 80 Prozent
- Auszahlung: 100 Prozent
- Tilgung: Volltilgung in 10 Jahren
- Ratenzahlung: monatlich
- Kredit nur von einer Bank, keine weiteren Finanzierungspartner
- Zinsbindungsszenario: 10 Jahre
- Objekt: selbstgenutzte Eigentumswohnung, 80 qm Wohnfläche
- Kunde:
 - Beruf: Kaufmännischer Angestellter (seit 01.01.2011, unbefristet beschäftigt, Bereich: sonstige Dienstleistungen)
 - Familienstatus: verheiratet, keine Kinder
 - Geboren am 13.11.1976
 - Haushaltseinkommen: 4.500 Euro brutto / 3.000 Euro netto

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien



Konditionenanalyse Sofortfinanzierung	100,0%
Effektivzinssatz	
Konditionen 5 Jahre	20,0%
Konditionen 10 Jahre	20,0%
Konditionen 15 Jahre	20,0%
Bereitstellungszinsfreie Zeit	10,0%
Sondertilgungen möglich (ohne Zinsaufschlag)	6,0%
Höhe Sondertilgung im ersten Darlehensjahr	6,0%
Kostenfrei Tilgungsaussetzung(en) möglich	6,0%
Kostenfrei Tilgungsänderung(en) möglich	6,0%
Minimale Kreditsumme	6,0%

Konditionenanalyse Forwardfinanzierung	100,0%
Effektivzinssatz	
Konditionen 5 Jahre	20,0%
Konditionen 10 Jahre	20,0%
Konditionen 15 Jahre	20,0%
Maximale Forward-Zeit in Monaten	10,0%
Sondertilgungen möglich	3,75%
Höhe Sondertilgung im ersten Darlehensjahr	3,75%
Kostenfreie Tilgungsaussetzung(en) möglich	7,5%
Kostenfreie Tilgungsänderung(en) möglich	7,5%
Minimale Kreditsumme	7,5%

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien



Konditionenanalyse Volltilgendarlehen	100,0%
Effektivzinssatz (Konditionen 10 Jahre)	60,0%
Bereitstellungszinsfreie Zeit	10,0%
Sondertilgungen möglich	6,0%
Höhe Sondertilgung im ersten Darlehensjahr (200T)	6,0%
Kostenfreie Tilgungsaussetzung(en) möglich	6,0%
Kostenfreie Tilgungsänderung(en) möglich	6,0%
Minimale Kreditsumme	6,0%

	Seite
A. Test-Erlebnisse	40
Positiv	40
Negativ	41
B. Telefonischer Service	42
C. Service per E-Mail	43
D. Online-Service	44
E. Konditionenanalyse	45
Sofortfinanzierung	45
Forwardfinanzierung	46
Volltilgerdarlehen	47
F. Allgemeine Methodik (Servicetests)	48
G. Klimaneutralität	50

F. Allgemeine Methodik

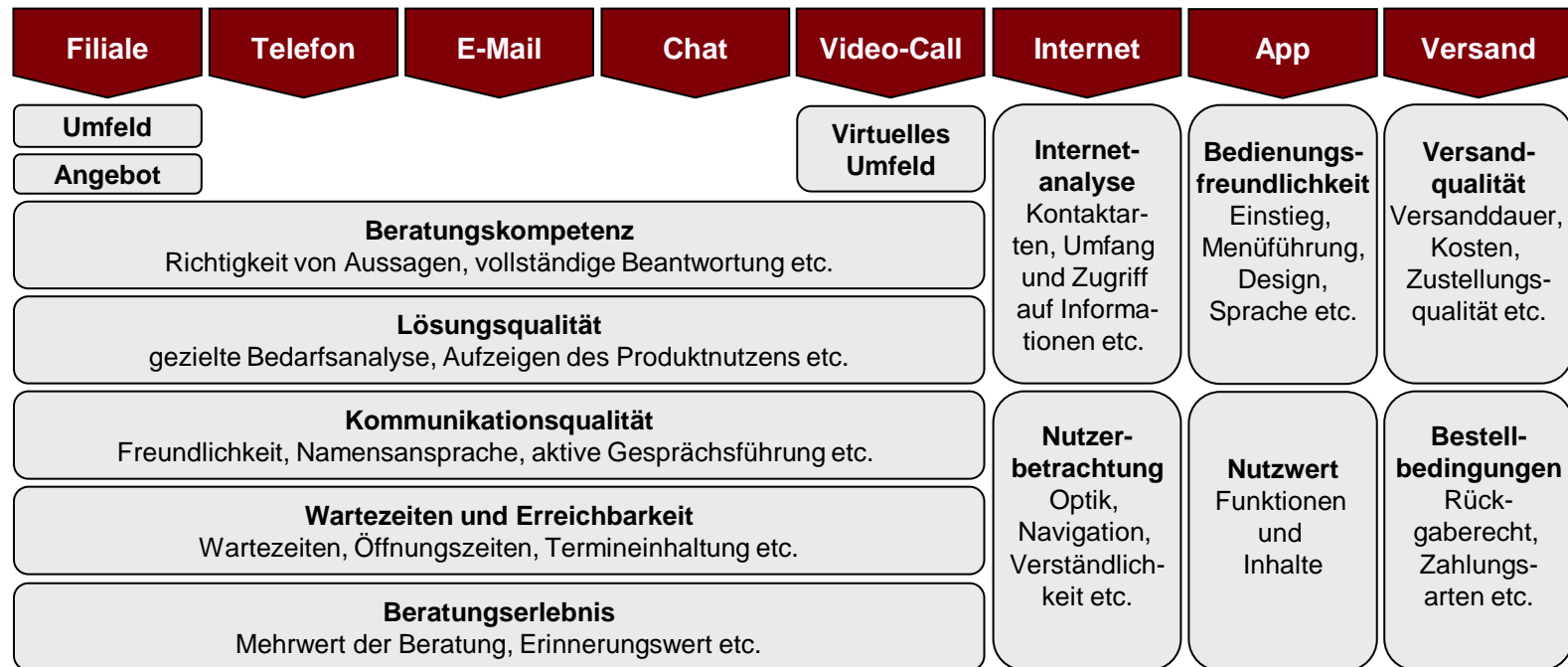
Service-tests

- **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

F. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



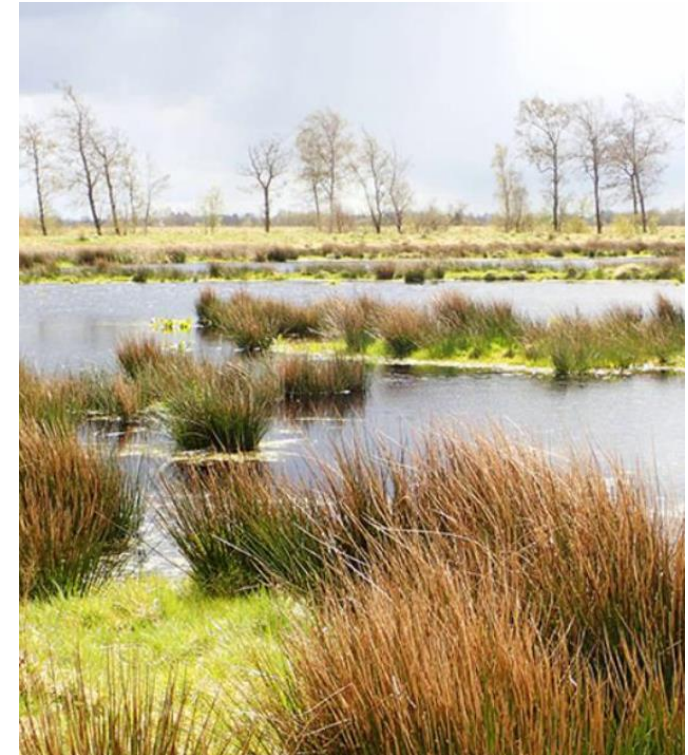
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

G. Klimaneutralität

Auszeichnung durch myclimate



- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in einem Projekt zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Aktuelles Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein