

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Immobilien-Preis-Maps im Internet 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 21. September 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 Kundebefragungen 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.).



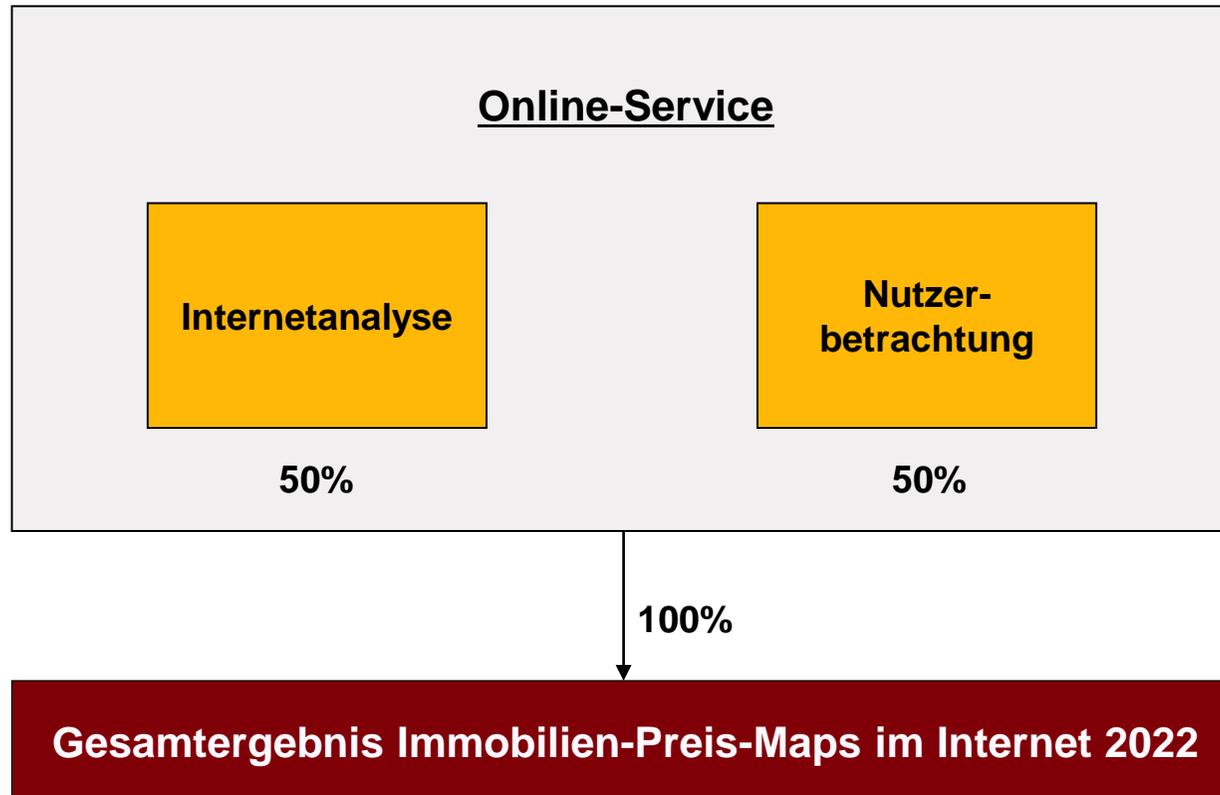
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
6. Ergebnisse der Unternehmen	15
7. Methodik	19
8. Test-Erlebnisse	25
9. Allgemeine Methodik	27
10. Klimaneutralität	29

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	Fünf Anbieter von Immobilien-Preis-Maps im Internet
Studienzeitraum	Mai bis August 2022
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereich	Online-Service
Online-Service	Insgesamt 55 Service-Kontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 5 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 50 Betrachtungen der Internetauftritte durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Immobilien-Preis-Maps im Internet			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Immowelt	70,3	gut
2	Immoscout24	67,0	befriedigend
3	Scoperty	64,5	befriedigend
4	Homeday	63,6	befriedigend
5	McMakler	55,3	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	64,1	

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.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Immobilien-Preis-Maps im Internet			Internetanalyse		Nutzer- betrachtung	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Immowelt	70,3	1	71,0	4	69,6
2	Immoscout24	67,0	2	61,0	1	72,9
3	Scoperty	64,5	3	58,3	3	70,8
4	Homeday	63,6	4	55,5	2	71,7
5	McMakler	55,3	5	46,0	5	64,6
Branche (Mittelwert)		64,1	58,4		69,9	

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

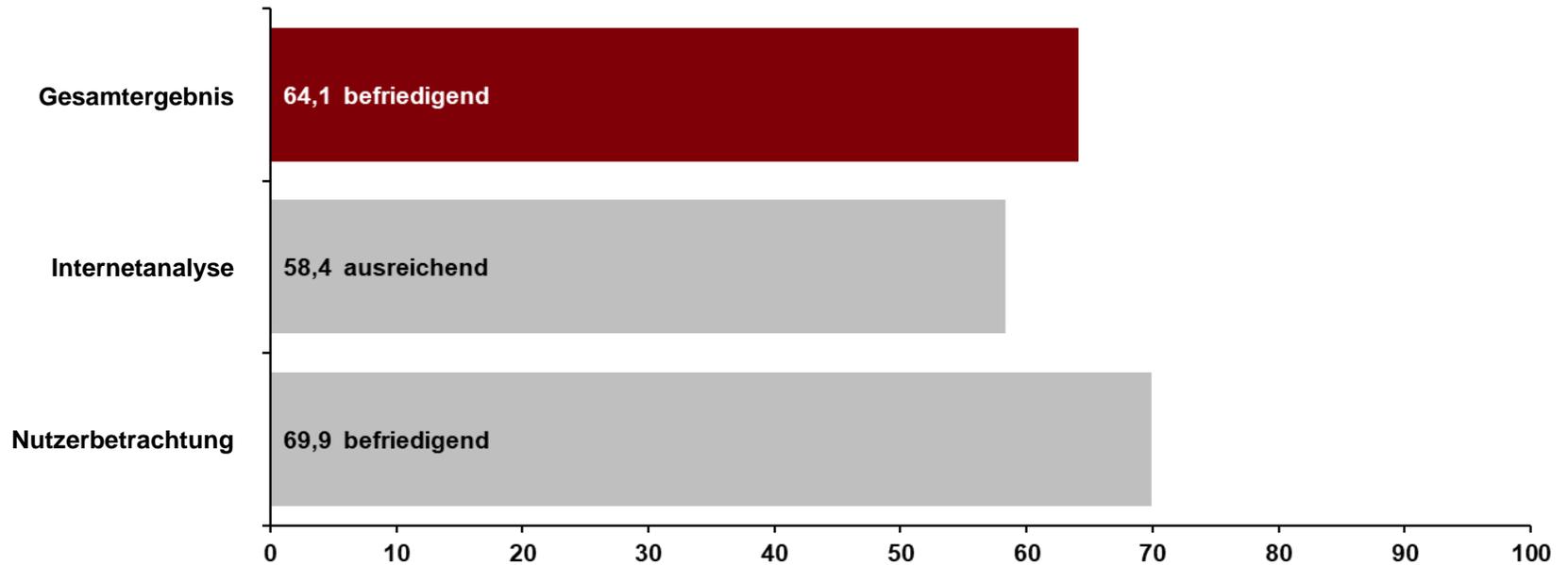
* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Die besten Unternehmen

	1. Platz	2. Platz	3. Platz
Gesamtergebnis	Immowelt	Immoscout24	Scoperty
Internetanalyse	Immowelt	Immoscout24	Scoperty
Nutzerbetrachtung	Immoscout24	Homeday	Scoperty

5. Stärken und Schwächen der Branche

Branchenergebnisse in den Leistungsbereichen (Punkte)



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

6. Ergebnisse der Unternehmen Internetanalyse

Ergebnis Internetanalyse			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Immowelt	71,0	gut
2	Immoscout24	61,0	befriedigend
3	Scoperty	58,3	ausreichend
4	Homeday	55,5	ausreichend
5	McMakler	46,0	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	58,4	

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.

6. Ergebnisse der Unternehmen

Nutzerbetrachtung

Ergebnis Nutzerbetrachtung			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Immoscout24	72,9	gut
2	Homeday	71,7	gut
3	Scoperty	70,8	gut
4	Immowelt	69,6	befriedigend
5	McMakler	64,6	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	69,9	

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.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Zahlreiche Immobilienbüros und Makler bieten Immobilienbewertungen an. Oft ist diese Leistung mit anschließender Maklertätigkeit und einer Provision verbunden oder, im Falle eines gewünschten Gutachtens, teuer zu bezahlen.

Anbieter von Immobilien-Preis-Maps im Internet zeigen geschätzte Immobilienpreise für jeden frei zugänglich auf ihren Websites. Dort lassen sich, auf Grundlage von Grundstücksgröße, Wohnfläche und Baujahr, Schätzwerte ermitteln. Wer sich also lediglich für den groben Wert seiner Immobilie interessiert, kann sich auf diesen Websites informieren. Für Nutzerinnen und Nutzer mit dem Wunsch, ein Eigenheim zu erwerben, bieten die Immobilien-Preis-Maps im Internet ebenfalls eine gute Orientierung. So können Interessenten abschätzen, wo sich für ihr Budget eine passende Immobilie findet.

Aus Nutzersicht stellt sich nun die Frage, welcher Anbieter von Immobilien-Preis-Maps im Internet die detailliertesten Preise zeigt und auch Erklärungen über die Preisstruktur bietet. Finden Verbraucher online auf den Websites alle wichtigen Informationen?

Antworten auf diese Fragen soll eine Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität geben, welches im Auftrag des Nachrichtensenders ntv den Online-Service von Immobilien-Preis-Maps im Internet analysiert. Ziel der Studie ist es, den Anbieter mit dem besten Online-Service zu identifizieren.

7. Methodik

Untersuchungsumfang

Im Rahmen dieser Studie wurden fünf Anbieter von Immobilien-Preis-Maps im Internet einer eingehenden Analyse unterzogen. Die Voraussetzung für die Aufnahme in der Studie war das Vorhandensein einer eigenen und deutschlandweiten Karte mit Schätzpreisen zu Immobilien auf der Internetseite des Anbieters. Die Preisangaben mussten ohne vorherigen Log-in durch Nutzerinnen und Nutzer online abrufbar sein.

Mittels einer umfangreichen Internetrecherche wurden die relevanten Anbieter ausfindig gemacht. Die Untersuchung umfasste die folgenden fünf Anbieter (in alphabetischer Reihenfolge):

- Homeday
- Immoscout24
- Immowelt
- McMakler
- Scoperty

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		70,0%
Detailebene von Preisbewertungen (Stadtteil / Straßenblock / Haus)	10,0%	
Mehrere Preisebenen verfügbar (z.B. Haus, Stadt, etc.)	10,0%	
Satellitenansicht der Häuser	5,0%	
Preisniveau farblich hinterlegt	3,0%	
Differenzierung: Kaufpreise / Mietpreise auf Karte	5,0%	
Differenzierung: Preise für Häuser / Wohnungen auf Karte	3,0%	
Angaben zur Aktualität des Preises	3,0%	
Preisentwicklung in / im Stadt(-teil) in den letzten Monaten / Jahren	3,0%	
Zusatzinfo: Preise in angrenzenden Stadtteilen	2,0%	
Grundlagen der Preisschätzung	3,0%	
Detailinformationen zum Immobilienobjekt (z.B. Wohnfläche, Grundstücksfläche, Baujahr, etc.)	3,0%	
Aktuelle Immobilienangebote in Karte eingebunden	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu Preisangaben	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu Grundlagen der Preisschätzung	5,0%	
Anzahl Klicks bis zum Vermittler / Makler	5,0%	

7. Methodik

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%	

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzerbetrachtung		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%*	

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

7. Methodik

Getestete Maps im Internet

Unternehmen	Internetseite
Immowelt	www.homeday.de/de/preisatlas
Immoscout24	https://atlas.immobilienscout24.de/
Scoperty	www.immowelt.de/immobilienpreise/deutschland/hauspreise
Homeday	www.mcmakler.de/immobilienpreise
McMakler	https://scoperty.de/home

Erhebungszeitraum: 08.06. - 30.06.2022

9. Allgemeine Methodik

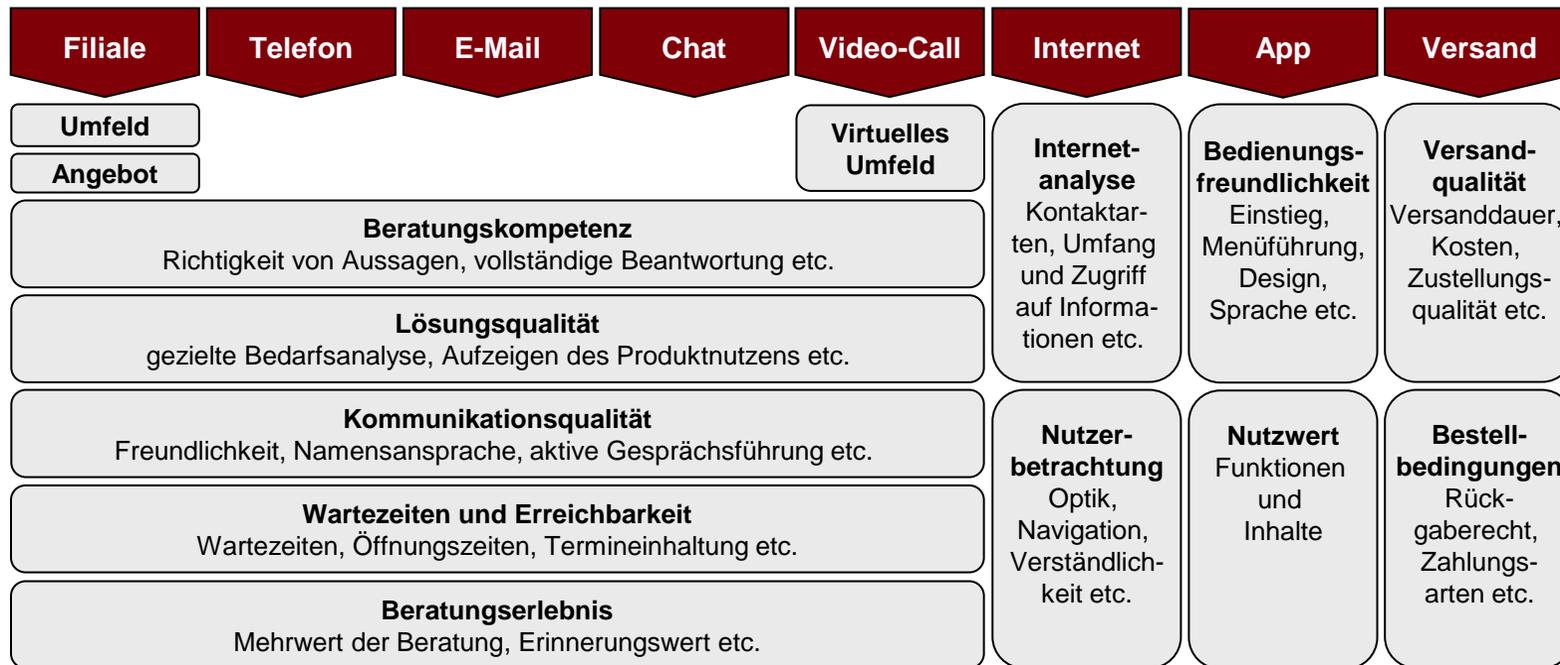
Service-tests

- **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

9. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



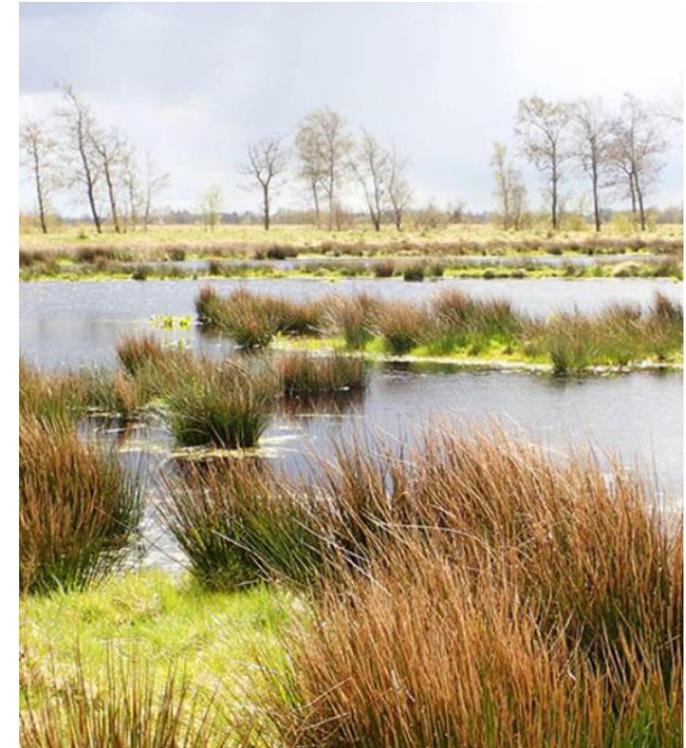
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

10. 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