

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Studie: Direkt-Baufinanzierer 2020



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Hamburg, 7. August 2020

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 Servicestudien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / ntv Nachrichtenfernsehen Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrat Prof. Peter Wippermann / Trendforscher

Inhaltsverzeichnis

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

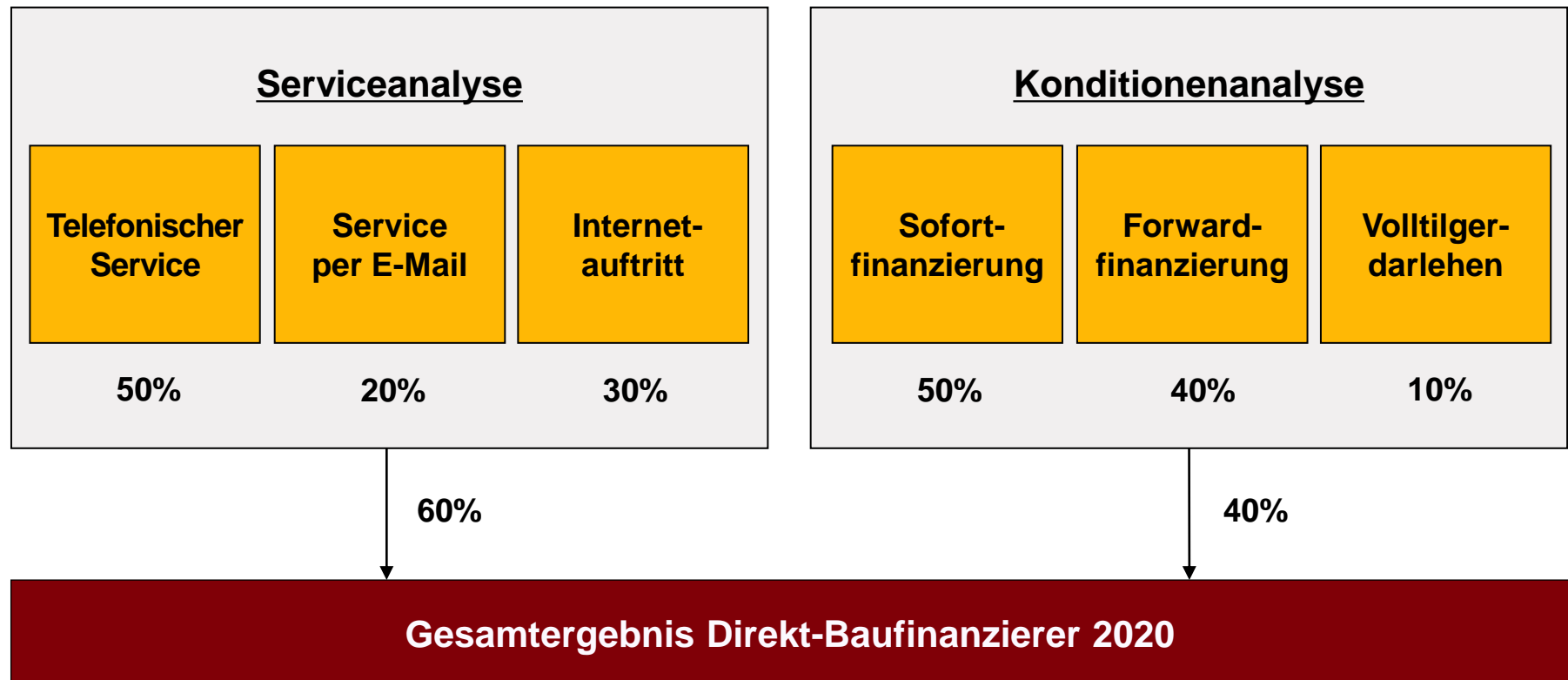
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Unternehmen	10
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
Telefonischer Service	13
Service per E-Mail	14
Internetauftritt	15
Konditionen	16
6. Ergebnisse der Unternehmen	17
Serviceanalyse	17
Konditionenanalyse	19
7. Methodik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

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	11 Direkt-Baufinanzierer
Studienzeitraum	April bis August 2020
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (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)■ 11 Inhaltsanalysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 110 Internetanalysen durch geschulte Nutzer (10 je Anbieter)
Konditionenanalyse	Vergleichende Bewertung der Konditionen (Effektivzinssätze und Leistungen) in den Produktkategorien Sofortfinanzierung, Forwardfinanzierung und Volltilgendarlehen (Datenstand: 1. Juli 2020)

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Direkt-Baufinanzierer			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Interhyp	81,1	sehr gut
2	1822direkt	77,9	gut
3	Comdirect Bank	77,3	gut
4	Dr. Klein	77,3	gut
5	Check24	77,3	gut
6	Accedo	75,6	gut
7	DTW - Immobilienfinanzierung	75,3	gut
8	Consorsbank	66,4	befriedigend
9	Planethome	64,3	befriedigend
10	ING	55,2	ausreichend
11	DKB Deutsche Kreditbank	54,8	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	71,1	

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 Direkt-Baufinanzierer			Serviceanalyse		Konditionenanalyse	
100%			60%		40%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Interhyp	81,1	1	81,7	2	80,2
2	1822direkt	77,9	3	76,3	2	80,2
3	Comdirect Bank	77,3	4	75,3	2	80,2
4	Dr. Klein	77,3	2	77,2	7	77,3
5	Check24	77,3	5	75,2	1	80,3
6	Accedo	75,6	6	74,5	7	77,3
7	DTW - Immobilienfinanzierung	75,3	7	73,6	6	77,8
8	Consorsbank	66,4	9	57,2	2	80,2
9	Planethome	64,3	10	57,0	9	75,1
10	ING	55,2	8	62,0	11	44,9
11	DKB Deutsche Kreditbank	54,8	11	52,4	10	58,4
	Branche (Mittelwert)	71,1		69,3		73,8

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	Interhyp	1822direkt	Comdirect Bank
Serviceanalyse	Interhyp	Dr. Klein	1822direkt
Telefonischer Service	Interhyp	1822direkt	Comdirect Bank
Service per E-Mail	Interhyp	1822direkt	Check24
Internetauftritt	Dr. Klein	Accedo	DTW - Immobilienfinanzierung
Konditionenanalyse	Check24	Vier Unternehmen*	-
Sofortfinanzierung	Vier Unternehmen*	-	-
Forwardfinanzierung	Vier Unternehmen*	-	-
Volltilgerdarlehen	Check24	Vier Unternehmen*	-

* 1822direkt; Comdirect Bank; Consorsbank; Interhyp

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Das Geschäft mit Baufinanzierungen in Deutschland ist so stark wie noch nie. Das Kreditvolumen von Baufinanzierungen stieg 2019 auf 1,3 Billionen Euro, ein Plus von 5,7 Prozent gegenüber 2018. Damit ist 2019 nicht nur das Jahr mit dem höchsten Kreditvolumen, sondern auch dem höchsten Wachstum dessen seit Beginn der Aufzeichnungen 2003.*

Einen Kredit zur Baufinanzierung erhalten Verbraucher nicht mehr nur über Filialbanken, sondern finden attraktive Alternativen auch bei Direktanbietern wie Online-Banken oder Direktbaufinanzierungsvermittlern. Im Zuge der Digitalisierung suchen Kreditwillige vermehrt auf Plattformen im Internet nach dem passenden Anbieter. Für das Jahr 2025 wird bereits prognostiziert, dass jede zweite Baufinanzierung in Deutschland über eine Vertriebsplattform im Internet vermittelt wird.**

Für Kreditnehmer spielt der Service der Anbieter eine wesentliche Rolle. Insbesondere weil der Interessent auf eine persönliche Beratung vor Ort bei Direktanbietern weitgehend verzichten muss, sind digitale Informations- und Kontaktkanäle umso wichtiger.

Ziel der Studie war es, die Anbieter zu identifizieren, die sich am Markt am besten positionieren. Im Ergebnis sollte das Unternehmen ausgezeichnet werden, welches aus konsequenter Kundenperspektive den besten Mix aus Konditionen und Service bietet.

* PwC Deutschland (2020): Bau-Boom treibt Kreditgeschäft auf Rekordniveau. Online unter: www.pwc.de/de/pressemitteilungen/2020/bau-boom-treibt-kreditgeschaeft-auf-rekordniveau.html (zuletzt abgerufen am 16.04.2020)

** Investors Marketing AG (2019): Pressemitteilung vom 30. Januar 2019. Online unter: www.investors-marketing.de/data/immc/media/doc/Investors_Marketing_-_Prognose_Baufi-Plattformen_-_30-01-19_v2.pdf (zuletzt abgerufen am 16.04.2020)

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 mehr als zehn registrierten Baufinanzierungs-Vermittlern.

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

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

7. Methodik

Serviceanalyse – Rollenspiele

Bei den Mystery-Tests verwendeten die geschulten Testkunden für die Anfragen per Telefon und E-Mail spezifische Rollenspiele mit Fragestellungen zur (onlinegestützten) 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:

- Kaufnebenkosten und Eigenkapital
- Maximale Darlehenshöhe
- Unterlagen und Beratungsablauf
- Forward-Darlehen
- Baukindergeld
- Angebotsvergleich
- Fördermöglichkeiten
- Individueller Zinssatz und Grunderwerbsteuer
- Einfluss der Corona-Pandemie auf Baufinanzierungen

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

Internetauftritt	100,0%
Inhaltsanalyse	45,0%
Nutzerbetrachtung	40,0%
Transparenz und Sicherheit	15,0%

Inhaltsanalyse Internet	100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen	50,0%
Beschreibung der Prozessschritte*	5,0%
Anzahl Online-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

Inhaltsanalyse Internet (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 im Anfrageprozess	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**	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.

** Ab erster Eingabe persönlicher Daten, z. B. Name, Adresse.

7. Methodik

Serviceanalyse – Getestete Kontaktkanäle

Unternehmen	Telefonnummer	E-Mail-Adresse	Internetseite
1822direkt	069 5050930	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 Bank	04106 7082525	info@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 50500108	info@ing.de / Kontaktformular	www.ing.de
Interhyp	0800 200151515	kundenbetreuung@interhyp.de / Kontaktformular	www.interhyp.de
Planethome	089 76774188	finanzierung@planethome.de / Kontaktformular	www.planethome.de
Testzeitraum	12. Mai – 7. Juli 2020	12. Mai – 2. Juli 2020	7. Mai – 26. Juni 2020

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.

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. Juli 2020. Die Analyse und Bewertung basierte 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: 350.000 Euro
- Beleihungswert: 80 Prozent
- Benötigte Darlehenssumme: 280.000 Euro
- Auszahlung: 100 Prozent
- Tilgungssatz: 2 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: 4.700 Euro brutto / 3.200 Euro netto

7. Methodik

Konditionenanalyse – Modellfälle

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

- Beleihungswert der Immobilie: 280.000 Euro
- Finanzierungssumme zum 30.10.2021: 100.000 Euro
- Auszahlung: 100 Prozent
- Tilgungssatz: 2 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: 125.000 Euro
- Beleihungswert: 80 Prozent
- Finanzierungssumme: 100.000 Euro
- 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	6,0%	
Höhe Sondertilgung im ersten Darlehensjahr	4,0%	
Tilgungsaussetzung(en) kostenfrei möglich	5,0%	
Tilgungsänderung(en) kostenfrei möglich	5,0%	
Anzahl der angebotenen KfW-Programme	6,0%	
Minimale Kreditsumme	4,0%	

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	6,0%	
Höhe Sondertilgung im ersten Darlehensjahr	4,0%	
Tilgungsaussetzung(en) kostenfrei möglich	8,0%	
Tilgungsänderung(en) kostenfrei möglich	6,0%	
Minimale Kreditsumme	6,0%	

7. Methodik

Konditionenanalyse – Untersuchungskriterien

Konditionenanalyse Volltilgerdarlehen	100,0%
Effektivzinssatz (Konditionen 10 Jahre)	60,0%
Bereitstellungszinsfreie Zeit	10,0%
Sondertilgungen möglich	6,0%
Höhe Sondertilgung im ersten Darlehensjahr	4,0%
Tilgungsaussetzung(en) kostenfrei möglich	5,0%
Tilgungsänderung(en) kostenfrei möglich	5,0%
Anzahl der angebotenen KfW-Programme	6,0%
Minimale Kreditsumme	4,0%

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

F. Allgemeine Methodik

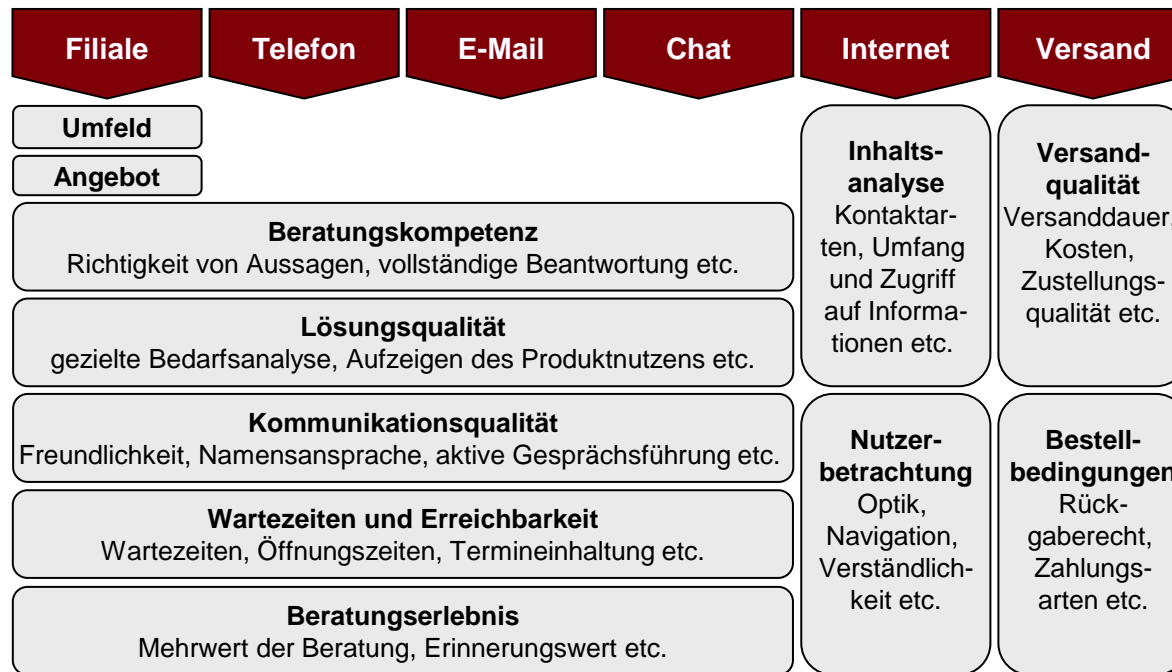
Service-tests

- **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 Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chat-Gespräche auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Internetanalyse:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Inhaltsanalysen durch Experten sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte 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“