

DOKUMENTATION - Zusammenfassung

Test: Immobilien-Preis-Maps im Internet 2024



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Im Auftrag des Nachrichtensenders ntv
Hamburg, 25. September 2024

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.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

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) Prof. Dr. Michel Clement / Institut für Marketing der Universität Hamburg Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Judith Klose / Vice President Media & Marketing bei Civey
Nachhaltigkeit	Freiwilliger Beitrag für Klima und Natur, MoorFutures-Klimaschutzprojekte

Das Marktforschungsinstitut Beirat

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



Brigitte Zypries
Beiratsvorsitzende
Ex-Bundesministerin
für Wirtschaft und
Energie, davor lang-
jährige Bundesjustiz-
ministerin



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



Jochen Dietrich
Journalist und Experte
für die Wirtschaftsmagazine des Nachrichten-
senders ntv



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

Inhaltsverzeichnis

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

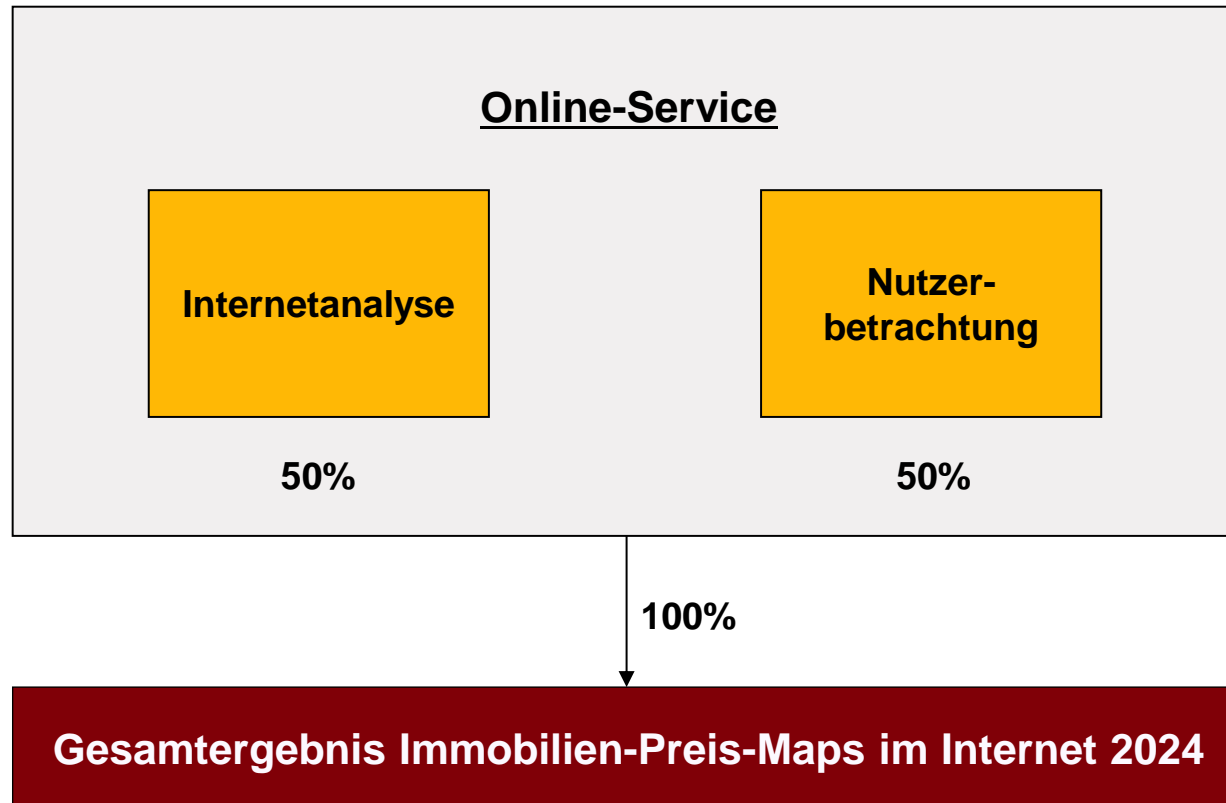
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	6
2. Fazit	8
3. Gesamtergebnis	9
4. Die besten Unternehmen	11
5. Stärken und Schwächen der Branche	12
6. Ergebnisse der Unternehmen	16
7. Methodik	20
8. Test-Erlebnisse	26
9. Allgemeine Methodik	28
10. Nachhaltigkeit	30

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Auftraggeber	Nachrichtensender ntv
Studienumfang	Vier Anbieter von Immobilien-Preis-Maps im Internet
Studienzeitraum	Mai bis Juli 2024
Studienkonzept	Erstellung in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Thomas Liebetruth (OTH Regensburg)
Analysebereich	Online-Service
Online-Service	Insgesamt 44 Service-Kontakte (11 je Anbieter) <ul style="list-style-type: none">■ 4 Analysen der Internetauftritte (1 je Anbieter)■ 40 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	Immoscout24	81,2	sehr gut
2	Immowelt	73,5	gut
3	Homeday	63,9	befriedigend
4	McMakler	62,2	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	70,2	

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.

3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Immobilien-Preis-Maps im Internet			Internetanalyse		Nutzer- betrachtung	
100%			50%		50%	
Rang	Unternehmen	Punkte*	Rang	Punkte*	Rang	Punkte*
1	Immoscout24	81,2	1	89,0	1	73,3
2	Immowelt	73,5	2	74,0	2	72,9
3	Homeday	63,9	4	59,5	3	68,3
4	McMakler	62,2	3	59,8	4	64,6
Branche (Mittelwert)		70,2	70,6		69,8	

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

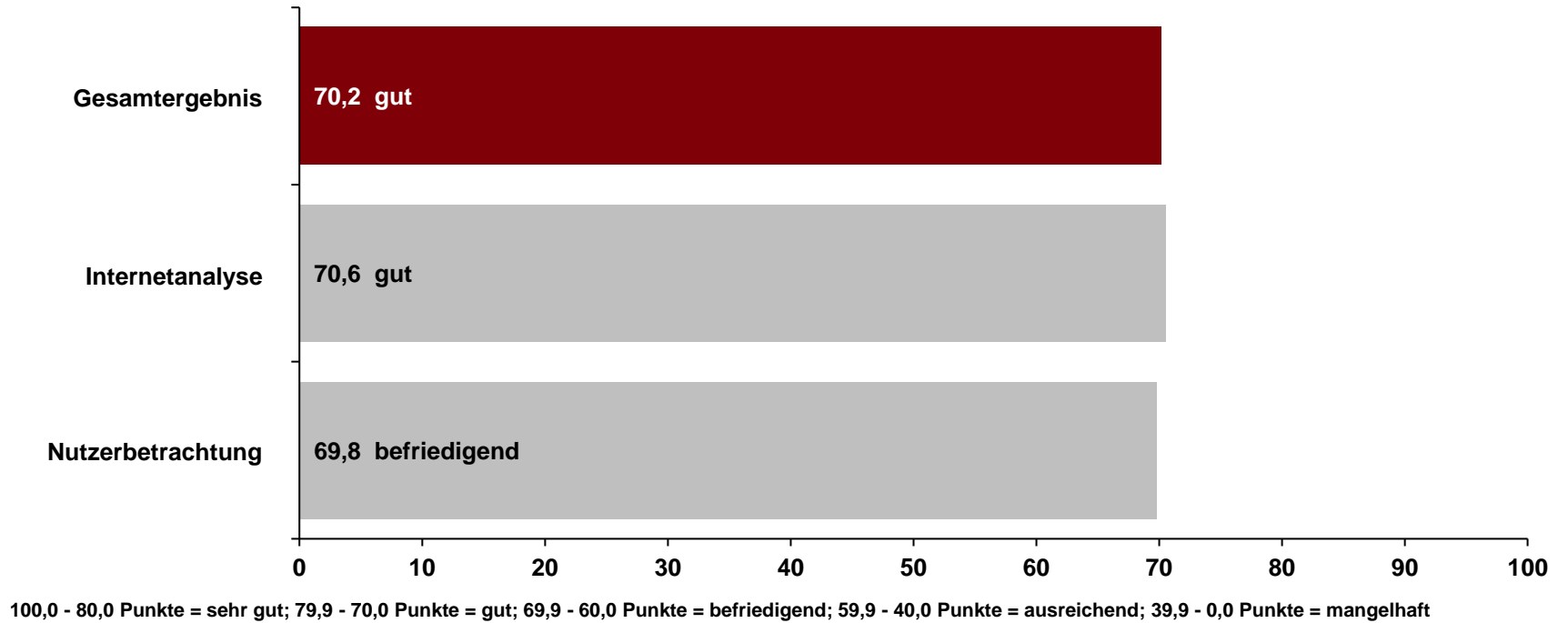
* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede im Nachkommastellenbereich verursacht.

4. Die besten Unternehmen

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

5. Stärken und Schwächen der Branche

Branchenergebnisse in den Leistungsbereichen (Punkte)



6. Ergebnisse der Unternehmen Internetanalyse

Ergebnis Internetanalyse			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Immoscout24	89,0	sehr gut
2	Immowelt	74,0	gut
3	McMakler	59,8	ausreichend
4	Homeday	59,5	ausreichend
	Branche (Mittelwert)	70,6	

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	73,3	gut
2	Immowelt	72,9	gut
3	Homeday	68,3	befriedigend
4	McMakler	64,6	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	69,8	

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.

7. Methodik

Hintergrund der Studie

Hohe Zinsen, teure Baumaterialien, knappes Wohnraumangebot – viele Faktoren, die die Preisentwicklung von Immobilien stark beeinflussen. Hier bieten zahlreiche Immobilienbüros und Makler eine Bewertung der eigenen Immobilie an. Oftmals ist diese Leistung jedoch mit anschließender Maklertätigkeit und dem Zahlen einer Erfolgsprovision verbunden oder ist im Falle eines gewünschten Gutachtens teuer zu bezahlen.

Im Gegensatz dazu, bieten Immobilien-Preis-Maps auch bei aktuellen Preisentwicklungen einen vergleichenden Überblick über Preise. Außerdem geben sie auf Basis aktueller Preisdaten auch Aufschluss über mögliche Preisentwicklungen bei Kauf und Verkauf von Immobilien. Somit werden Trends erkannt und es können fundierte Entscheidungen beim Kauf oder Verkauf von Immobilien getroffen werden.

Aus Nutzersicht stellen sich nun die Fragen, 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 Analyse der Online-Services von Immobilien-Preis-Maps im Internet geben. Ziel der Studie ist es, den Anbieter mit dem besten Online-Service zu identifizieren.

7. Methodik

Untersuchungsumfang

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

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

- Homeday
- Immoscout24
- Immowelt
- McMakler

7. Methodik

Untersuchungskriterien

Online-Service		100,0%
Internetanalyse		50,0%
Nutzerbetrachtung		50,0%
Internetanalyse		100,0%
Spezielle Informationen und Funktionen		70,0%
Detailtiefe von Preisbewertungen (Stadtteil / Straßenblock / Haus)	10,0%	
Mehrere Preisebenen verfügbar (z. B. Haus, Stadtteil)	10,0%	
Satellitenansicht der Häuser	4,0%	
Preisniveau farblich hinterlegt	4,0%	
Differenzierung auf Karte: Kaufpreise / Mietpreise	3,0%	
Differenzierung auf Karte: Preise für Häuser / Wohnungen	3,0%	
Angaben zur Aktualität des Preises	3,0%	
Preisentwicklung in / im Stadt(-teil) in den letzten Monaten / Jahren	3,0%	
Informationen zu den Preisen in angrenzenden Stadtteilen	2,0%	
Informationen zum Internetausbau und zum Mobilfunknetz auf Karte	2,0%	
Informationen zu den Grundlagen der Preisschätzung	3,0%	
Detailinformationen zum Immobilienobjekt (z. B. Wohnfläche, Grundstücksfläche, Baujahr)	3,0%	
Aktuelle Immobilienangebote in Karte eingebunden	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den Preisangaben	5,0%	
Anzahl Klicks bis zu den Grundlagen der Preisschätzung	5,0%	
Anzahl Klicks bis zur Immobilien-Preis-Map (ab Startseite)	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
Homeday	https://www.homeday.de/de/preisatlas
Immoscout24	https://atlas.immobilienscout24.de/
Immowelt	https://www.immowelt.de/immobilienpreise/deutschland/hauspreise
McMakler	https://www.mcmakler.de/immobilienpreise

Erhebungszeitraum: 22. Mai - 04. Juli 2024

9. Allgemeine Methodik

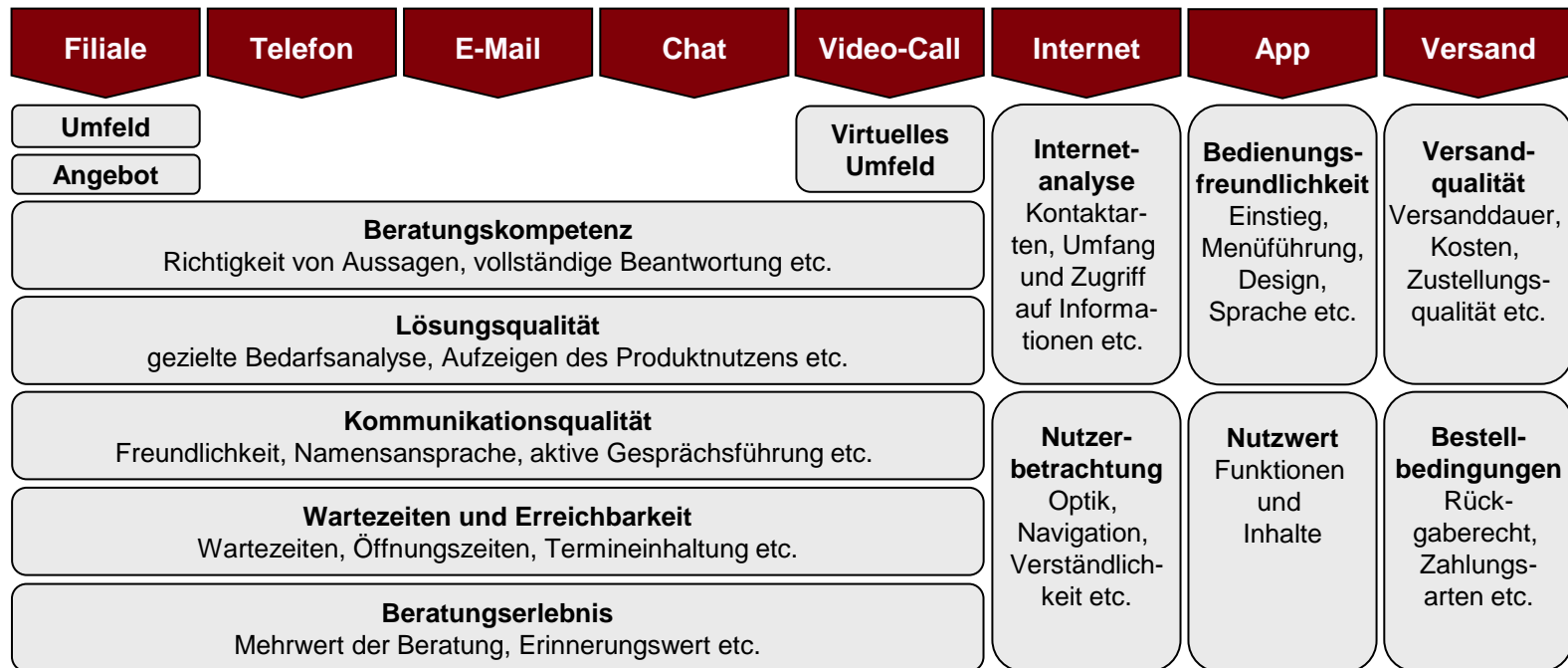
Service-tests

- **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:

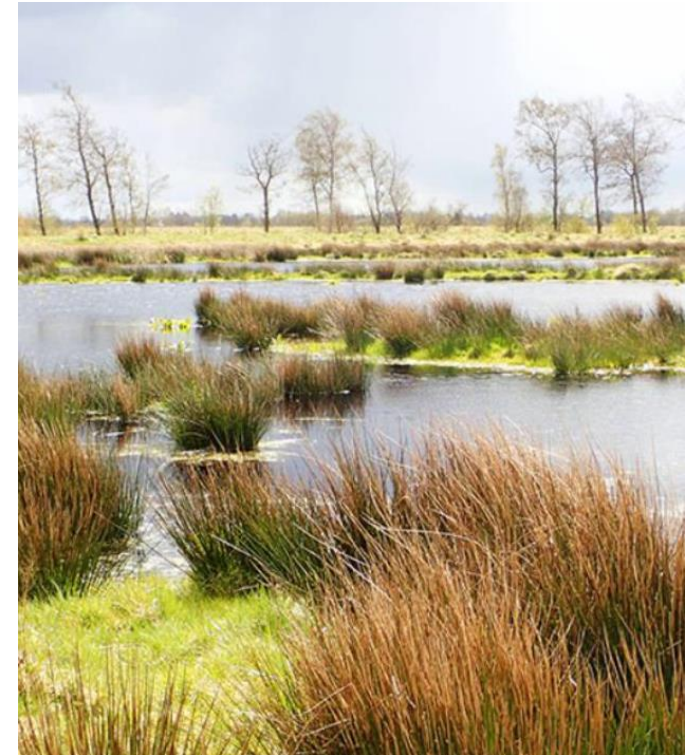


- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

10. Nachhaltigkeit

Unser Beitrag zum globalen Klimaschutz

- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Seit 2020 kontinuierliches Umwelt-Engagement durch Beteiligung an Klimaschutzprojekten
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung von Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung beim DISQ
- Jährliche Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ mit unabhängigem myclimate-Rechner
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in Klimaschutzprojekte, etwa zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein (CO₂-Zertifikate von MoorFutures)
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein

Fotoquelle: myclimate