



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Studie Baufinanzierung: zwölf Preisvergleiche generieren sieben verschiedene Zinssieger



Durchschnittlich 8,1 Produkte umfassen die Portfolios der Baufinanzierer. Der Produkt- und Preisvergleich lohnt. Mit knapp 35 Millionen Euro werben die Baufinanzierer medial für ihre Produkte.

Esslingen am Neckar, 06. Juni 2018 – Die Portfolios der zehn analysierten Anbieter umfassen zwischen fünf und 13 unterschiedliche Baufinanzierungsprodukte. Neben der klassischen Baufinanzierung zum Erwerb von Wohneigentum finden sich spezielle Darlehensformen, Anschlussfinanzierungen und Modernisierungskredite. Die Unterschiede bei den diversen Produktfeatures sind beträchtlich. So variiert die maximale Zinsbindung zwischen 10 und 40 Jahren. Beim minimalen Kreditbetrag beträgt die Spannweite gar 5.000 bis 100.000 Euro. Alle Baufinanzierer kommunizieren einen Werbezins. Einige geben dazu den niedrigsten Zins an, einige hingegen kommunizieren eine Spanne. Zur besseren Vergleichbarkeit dienen deshalb je vier Nutzerprofile in den drei Produktgruppen Baufinanzierung, Anschlussfinanzierung, Modernisierungskredit. Der Preisvergleich lohnt sich für den Verbraucher. Insgesamt sieben Finanzierer sind mindestens einmal in zwölf Vergleichen günstigster Anbieter. Degussa Bank und Dr. Klein verfolgen dabei eine Niedrigpreisstrategie.

In der Distribution setzen die Anbieter eindeutig auf das persönliche Gespräch zwischen Berater und Kunde. Somit scheint es fast konsequent, dass sich nur wenige Anbieter im Portalmarketing engagieren, zwei Anbieter verzichten völlig darauf. Umgekehrt findet sich beispielsweise die Deutsche Bank in 15 der 20 untersuchten Vergleichsportale mit ihren Baufinanzierungsangeboten wieder. Ein ähnliches Bild zeichnet die Performance des Servicecenters. Nur drei Baufinanzierer bieten eine gute bis sehr gute Antwortqualität bei Calls und Mails. Sechs Anbieter verzichten bei Mailanfragen völlig auf inhaltliche Beantwortung der gestellten Fragen und verweisen stattdessen auf die Notwendigkeit eines persönlichen Termins. In der Telefonberatung hingegen zeigen sich die Banken etwas kundenorientierter. Anbieter die zuvor auf Beratungsterminen bestanden haben, stehen in der drei Jahre später erschienenen Nachfolgestudie nun auch für Telefonberatung zur Verfügung.

Mehr Gewicht legen die Anbieter auf die Produktkommunikation. Hier belaufen sich die Werbeausgaben der zehn Baufinanzierer auf knapp 35 Millionen Euro. Bausparkasse Schwäbisch Hall und LBS tragen mit über 80 Prozent den Hauptteil, beide werben überwiegend im hochpreisigen Medium TV. In Suchmaschinen zeigen hingegen Dr. Klein und Interhyp bei Suchanzeigen und Suchtreffern beste Präsenz. Beide Anbieter demonstrieren ihr Engagement zudem mit einer Vielzahl an Pressemitteilungen. In der Social Media-Performance stechen Bausparkasse Schwäbisch Hall, Dr. Klein und Interhyp durch eine hohe Anzahl an baufinanzierungsrelevanten Postings und Tweets heraus.

Über die Studie:

Die "Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2018" von *research tools* gibt auf 379 Seiten Einblick in das Marketingverhalten der zehn berücksichtigten Anbieter Accedo, Allianz, Bausparkasse Schwäbisch Hall, Degussa Bank, Deutsche Bank, Dr. Klein, Interhyp, LBS, Postbank, PSD Banken. Analysiert wurden die vier Marketing-Ps Product, Price, Place, Promotion. Stärken-Schwächen-Analyse und Marketing-Ranking führen sämtliche Ergebnisse zusammen und eine statistische Marketing-Positionierung visualisiert die Ergebnisse.

Weitere Informationen zur Studie:

<http://research-tools.net/marketing-mix-analyse-baufinanzierung-2018/>

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net