

+++ Accedo +++ Allianz +++ Degussa Bank +++ Deutsche Bank +++ Dr. Klein +++ Interhyp +++ LBS +++
Postbank +++ PSD Banken +++ Schwäbisch Hall +++ Accedo +++ Allianz +++ Degussa Bank +++ Deutsch

Studiensteckbrief

Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2018

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Mai 2018

powered by:



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2018

Informationen zur Studie

Ausgewählte Key Facts:

- Die berücksichtigten Anbieter von Baufinanzierungen stellen zwischen fünf und 13 Produkte zur Verfügung.
- Die Analyse nutzerprofilabhängiger Beiträge zeigt, dass mehr als die Hälfte der Anbieter mindestens für ein Profil der Anbieter mit den günstigsten Zinsen ist.
- Zwischen zehn und 14 unterschiedliche Kontaktwege stellen die Anbieter zur Verfügung. Die Serviceteams von zwei Anbietern stehen täglich für Anfragen rund um die Uhr zu Verfügung.
- Die Antwortqualität des Kundendienstes liegt bei Telefonanfragen über alle Anbieter hinweg betrachtet deutlich höher als bei per E-Mail eingereichten Fragen.
- Innerhalb eines Jahres haben die zehn analysierten Anbieter rund 35 Millionen Euro für klassische mediale Werbung aufgewendet. Zwei Anbieter fallen dabei durch besonders hohe Investitionen auf.
- Alle zehn Anbieter unterhalten Profile auf Social Media Kanälen, acht davon nutzen ihre Kanäle zur Kommunikation von Baufinanzierungsinhalten. Insgesamt wurden mehr als 240 themenrelevante Beiträge innerhalb von zwölf Monaten veröffentlicht.

Informationen zur Studie

Key Facts der Marketing-Mix-Bereiche:



➤ **Ø 8,1**
Baufinanzierungs-
produkte pro Anbieter



Top-Service
Kundendienst:

➤ **Accedo, Interhyp**



Top-Präsenz

Vergleichsportale: ➤ **Dr. Klein**

Marketing-Mix Baufinanzierung

besonders geringer
kommunizierter
Werbezins:

➤ **Accedo**
Degussa Bank
Dr. Klein



➤ **Ø 153,6** Pressemeldungen
pro Anbieter p.a.

➤ **Ø 24,1** Postings
in Social Media
pro Anbieter

Promotion



Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Kern der Analyse ist das **Marketingverhalten** der zehn Anbieter

Analyseinhalte: **Product, Price, Place, Promotion**

ganzheitliche Wettbewerbsanalyse aus **Anbietersicht**

alle Information auf **379 PowerPoint-Seiten**

als **PDF- und PPT-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquate Reaktion auf Marketingmaßnahmen der Wettbewerber

zehn Anbieter von Baufinanzierungen:

- Accedo
- Allianz
- Degussa Bank
- Deutsche Bank
- Dr. Klein
- Interhyp
- LBS
- Postbank
- PSD Banken
- Schwäbisch Hall



Informationen zur Studie

Analysierte Anbieter:

Accedo

starke Performance
Kundendienst

Allianz

längste maximale
Zinsbindung

Degussa Bank

beste Ø Platzierung
beim Realzins

Deutsche Bank

hohe Anzahl Such-
maschinenanzeigen

Dr. Klein

starke Vergleichs-
portalperformance

Interhyp

starke Performance
Kundendienst

LBS

hohe Anzahl relevanter
Pressemeldungen

Postbank

24/7 - Hotline

PSD Banken

starke Präsenz in
Suchmaschinen

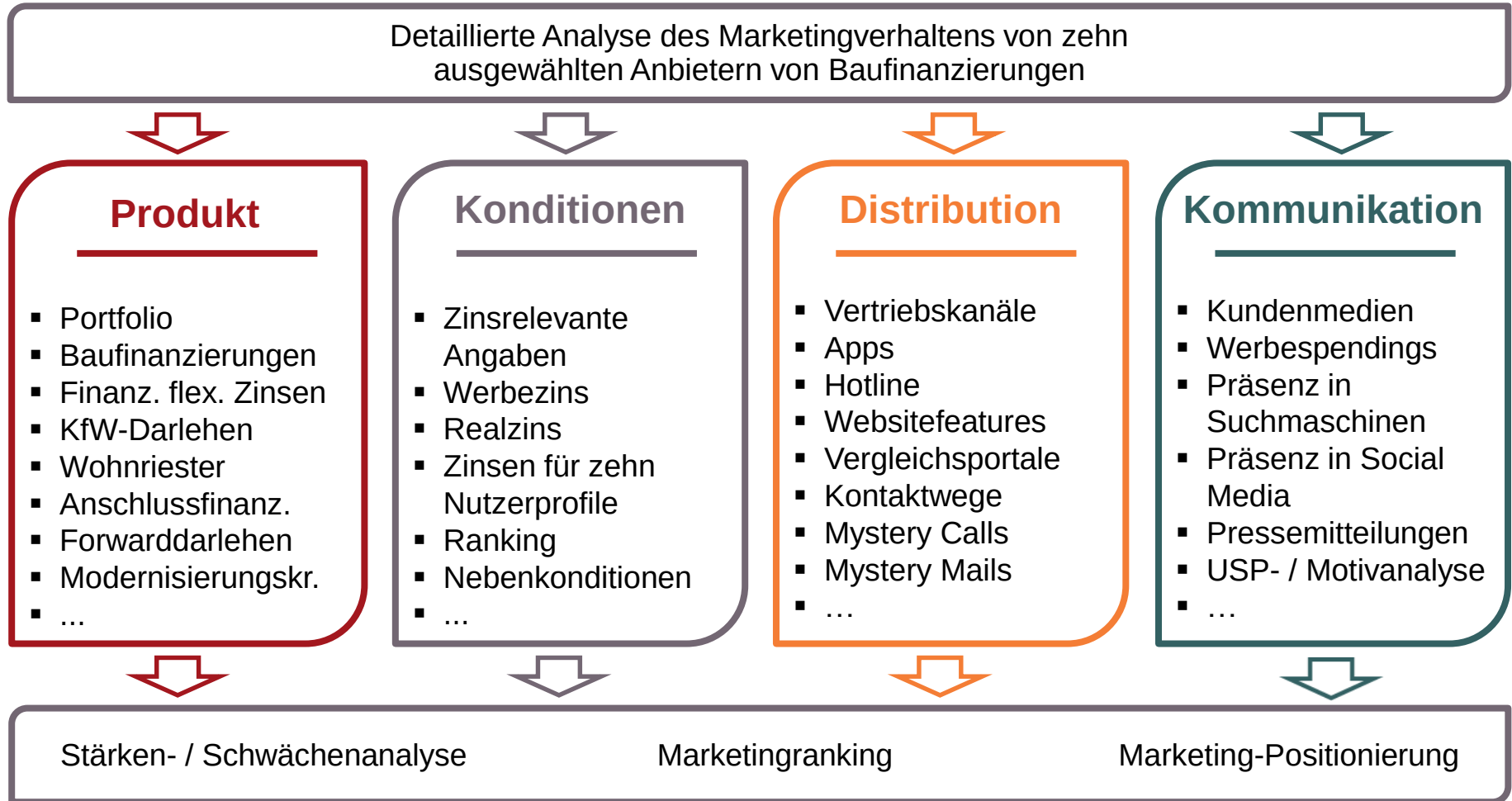
Schwäbisch Hall

starke Social Media-
Präsenz

Diese Studie analysiert besonders marketing-aktive Anbieter der Branche. Basis der Auswahlt ist eine Vorrecherche zu Produktportfolio, Pricing, Distribution und Kommunikation.

Informationen zur Studie

Konzeption:



Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Analysen:

- Produktportfolio-Vergleich, Zielgruppen, Produktfeatures
- Preisniveau, Preispositionierung, Beiträge für zehn Nutzerprofile
- Auswertung von Telefonanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Auswertung von Onlineanfragen bei den untersuchten Anbietern
- Werbeausgaben / Motive in Internet, Print, Radio, TV
- Positionierung in Suchmaschinen
- Präsenz in Social Media (Facebook, Google+, Twitter, YouTube)
- Analyse von Konsistenz und Alleinstellung bei Vorteilsargumenten und Werbemotiven
- Marketing-Mix-Ranking auf Basis aller erfassten Marketingmaßnahmen
- statistische Analyse der Marketing-Positionierung

Die Studie in Zahlen:

- 10 Anbieter im Vergleich
- detaillierte Analyse von 81 Baufinanzierungen
- 8 Produktkategorien
- Beiträge für 12 Nutzerprofile
- 50 Mystery Calls, 50 Mystery Mails
- Werbeausgaben und -motive in 5 Mediengattung.
- 4 Social Media Kanäle

Forschungsdesign:

Die Studie basiert auf Marktinformationen aus eigenen Erhebungen, Online-Datenbanken, Mystery Research und verschiedensten Sekundärquellen. Hier sind insbesondere die kostenpflichtigen Daten von **AdVision digital** (Werbespendsings, Werbemotive) zu nennen. Die Studie ist im Mai 2018 erschienen.

Preis: Die 379 Seiten umfassende Studie kostet **3.600 EUR** zuzüglich MwSt.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	7
➤ Forschungsdesign	15
➤ Produkt	18
▪ Portfolio	26
Anzahl Produkte, Produktkategorien	
▪ Voraussetzungen	29
Kommunizierte Voraussetzungen einer Baufinanzierung	
▪ Baufinanzierung	31
Produktfeatures, Kreditbeträge, Zinsbindung, Tilgungsbedingungen	
▪ Baufinanzierung mit flexiblen Zinsen	45
Produktfeatures, Kreditbeträge, Zinsbindung, Tilgungsbedingungen	
▪ KfW-Darlehen	49
Produktfeatures, Kreditbeträge, Zinsbindung, Tilgungsbedingungen	
▪ Wohn-Riester-Darlehen	55
Produktfeatures, Kreditbeträge, Zinsbindung, Tilgungsbedingungen	
▪ Zwischendarlehen	59
Produktfeatures, Kreditbeträge, Zinsbindung, Tilgungsbedingungen	
▪ Anschlussfinanzierung	61
Produktfeatures, Kreditbeträge, Zinsbindung, Tilgungsbedingungen	
▪ Forwarddarlehen	65
Produktfeatures, Kreditbeträge, Zinsbindung, Tilgungsbedingungen	
▪ Modernisierungsdarlehen	69
Produktfeatures, Kreditbeträge, Zinsbindung, Tilgungsbedingungen	



Inhaltsverzeichnis

▪ Besonderheiten	75
▪ Erforderliche Antragsunterlagen	77
▪ Versicherungen	84
▪ Auszeichnungen	86
▪ Alleinstellungsmerkmale	89
➤ Konditionen	91
▪ Bonitätskriterien	95
▪ Zinsen Baufinanzierung Werbezins, Realzins, Nutzerprofile, Ranking	98
▪ Zinsen Anschlussfinanzierung Zinsspanne, Nutzerprofile, Ranking	104
▪ Zinsen Modernisierungskredit Zinsspanne, Nutzerprofile, Ranking	109
▪ Übersicht Rangplätze profilabhängige Konditionen	114
▪ Strategische Konditionenpolitik	115
▪ Entgelte	116
▪ Weitere Konditionenmaßnahmen	117
▪ Alleinstellungsmerkmale	119



Inhaltsverzeichnis

➤ Distribution	121
▪ Vertriebswege	127
Händler, Internet, mobiler Vertrieb, Telefon	
▪ Vertriebsmodelle	128
Freundschaftswerbung, Vertriebspartner	
▪ Wechselprämie	130
▪ Website	131
Usability, Features	
▪ Apps für mobile Endgeräte	135
▪ Kontaktmöglichkeiten	138
Hotline, Filialen, schriftlicher Kontakt, Social Media	
▪ Vergleichsportal-Marketing	145
Vergleichsportale, Listungen, Platzierungen, Scoring, Anzeigen	
▪ Servicecenter-Performance Telefon	153
50 Mystery Calls zu Wartezeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Servicecenter-Performance Online	158
50 Mystery Mails zu Reaktionszeiten, Antwortqualität, Besonderheiten	
▪ Weitere Distributionsmaßnahmen	171
▪ Alleinstellungsmerkmale	173



Inhaltsverzeichnis

➤ Kommunikation	175
▪ Website	184
Slogans, Nutzenargumente	
▪ Flyer und Prospekte	194
Formate, Inhalte, Motive	
▪ Kundenmedien	204
Kundenmagazin, Newsletter	
▪ Werbung	205
Werbeaufwendungen nach Mediengattungen, im Zeitverlauf, wichtige Werbemotive	
▪ Suchmaschinen-Marketing	222
Platzierung von Suchtreffern und Suchanzeigen, Scoring	
▪ Social Media-Marketing	238
Blog, Forum, Facebook, Google+, YouTube, Scoring	
▪ Public Relations	260
Pressemitteilungen, Presseresonanz, Presseeffizienz	
▪ USP-Analyse	282
Verwendete USPs nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Motivanalyse	297
Verwendete Motive nach Medien, Konsistenz über die Medien, Alleinstellungen	
▪ Weitere Kommunikationsmaßnahmen	310
▪ Alleinstellungsmerkmale	315



Inhaltsverzeichnis

➤ Stärken und Schwächen	317
➤ Marketingranking	331
▪ Produkt	334
▪ Konditionen	340
▪ Distribution	347
▪ Kommunikation	356
▪ Marketing-Mix gesamt	365
➤ Marketing-Positionierung	368
➤ Quellenverzeichnis	376
➤ Kontakt	378

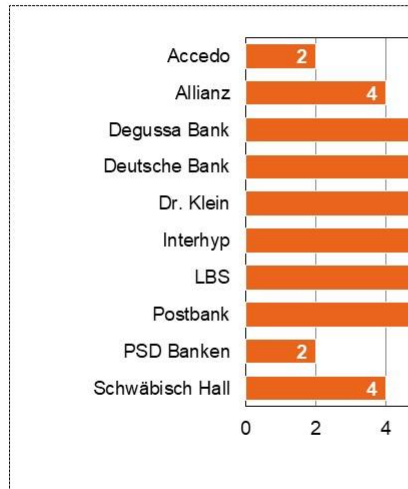


Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produkt Portfolio

Anzahl der verfügbaren Baufinanzierungen nach Anbieter



Quelle: research tools



Produkt Baufinanzierung

Allgemeine Produktfeatures

Anbieter	Produkt-name	Art des Darlehens
Deutsche Bank	FamilienBaufinanzierung	Baufinanzierung und Bausparen
Deutsche Bank	Dt. Bank Wohn-Darlehen	Vorfinanzierung und Bausparvertrag
Dr. Klein	Annuitäten-darlehen	Annuitäten-darlehen
Dr. Klein	Konstant-Darlehen	Vorfinanzierungs-darl. und Bausparvertr.
Interhyp	Annuitäten-darlehen	Annuitäten-darlehen

Quelle: Website der Anbieter; Vergleich.de * Riester



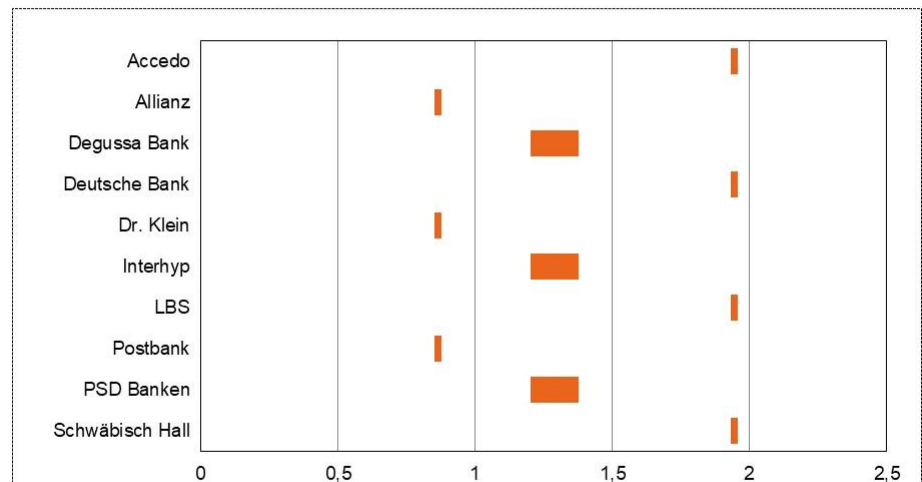
Welches Produktportfolio offerieren die Anbieter?

Welche Leistungen beinhalten die Produkte?

Konditionen

Zinsen Baufinanzierung

Kommunizierter Werbezins (Spanne, Angaben in Prozent)



Quelle: research tools; sofern keine Spanne vorliegt, wurde aus optischen Gründen ein schmaler Balken eingefügt



Marketing-Mix Analyse
Baufinanzierung 2017

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Zinsen Baufinanzierung

Kommunizierte Zinsen und tatsächliche Zinsen nach Profilen

Anbieter	Kommunizierter Zins	Tatsächlicher Zins
Interhyp	ab 0,94%	1,72%
LBS	1,31% - 2,61%	1,68%
Postbank	ab 0,94%	1,72%
PSD Banken	1,31% - 2,61%	1,68%
Schwäbisch H.	ab 0,94%	1,72%

Quelle: Websites der Anbieter, Vergleichsportale, Berechnungen der research tools



Distribution

Servicecenter-Performance Telefon

Telefonanfragen

Anbieter	Erster Kontakt	Zeit in Wochenschleife
Interhyp	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
LBS	persönlich	-
Postbank	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
PSD Banken	Bandansage	0:20-4:32 Ø 2:30 r
Schwäbisch H.	persönlich	-

Quelle: research tools

research tools

Mit welchen Websitefeatures punkten die Anbieter?

Distribution

Website

Websites-Features

Anbieter	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Accedo	x			x			x			x					x			x		x
Allianz	x			x		x	x			x					x			x	x	x
Degussa Bank	x			x			x			x					x			x		x
Deutsche Bank	x			x		x	x			x					x			x	x	x
Dr. Klein	x			x			x			x					x			x		x
Interhyp	x			x		x	x			x					x			x	x	x
LBS	x			x			x			x					x			x		x
Postbank	x			x		x	x			x					x			x	x	x
PSD Banken	x			x			x			x					x			x		x
Schwäbisch H.	x			x		x	x			x					x			x	x	x

Quelle: research tools



Marketing-Mix Analyse
Baufinanzierung 2017

Welche Anbieter überzeugen bei Kundenanfragen?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation Suchmaschinen-Marketing

Platzierungen in Suchmaschinen (Angabe in Anzahl Platzierungen)

Anbieter	bing.de			
	1	2	3	4
Accedo		2		
Allianz				
Degussa Bank				
Deutsche Bank		2	1	
Dr. Klein		2		
Interhyp				
LBS	1			
Postbank				
PSD Banken		2	1	
Schwäbisch H.		2		

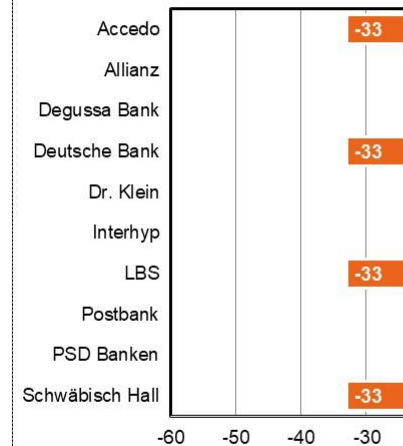
Quelle: research tools



Welche Präsenz zeigen die Anbieter in Suchmaschinen?

Kommunikation Presseeffizienz

Berechnung: Anteil bei Presseartikeln minus Anteil bei Suchmaschinen



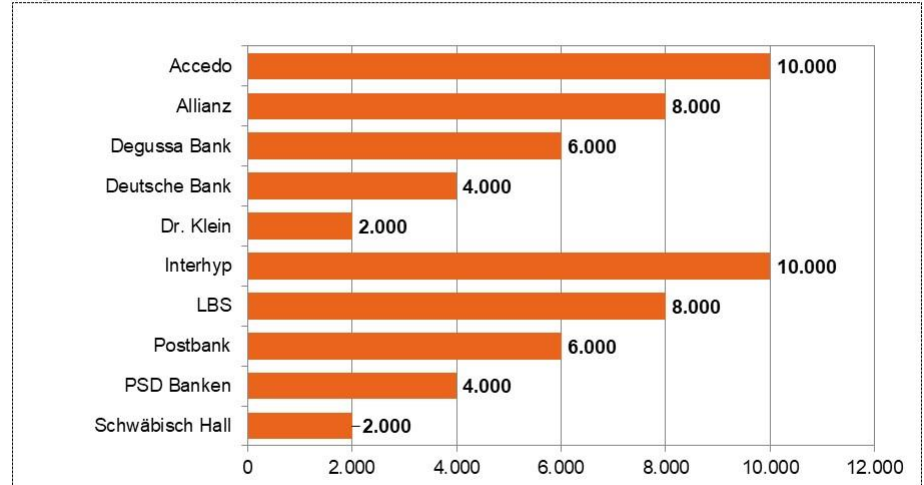
Quelle: Deutsche Tageszeitungen, Publikumszeitschriften und Fachzeitschriften



Welche Ausgaben für mediale Werbung tätigen die Unternehmen?

Kommunikation Werbung

Verteilung der Werbeausgaben für Baufinanzierungen nach Anbieter von März 2017 bis Februar 2018 (Angaben in Tausend Euro)



Quelle: AdVision digital; Berechnungen durch research tools



Marketing-Mix Analyse
Baufinanzierung 2017

Beispielseiten (4)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kommunikation

Aktive und passive Medienpräsenz: Verteilung des Impacts betreffend Facebook, Google+, Twitter und YouTube sowie Anteile bei Pressemitteilungen und Presseresonanz (Angaben in Prozent)

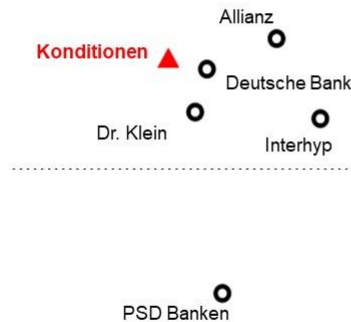
Anbieter	Faceb.	Google+	Twitter
Accedo	20,0	20,0	40
Allianz	40,0	20,0	
Degussa Bank	-	20,0	20
Deutsche Bank	-	-	
Dr. Klein	-	-	
Interhyp	20,0	20,0	
LBS	-	-	
Postbank	-	-	
PSD Banken	-	-	
Schwäbisch H.	20,0	20,0	40

Quelle: research tools; * Pressemitteilungen ** Presseartikel



Marketing-Similarity

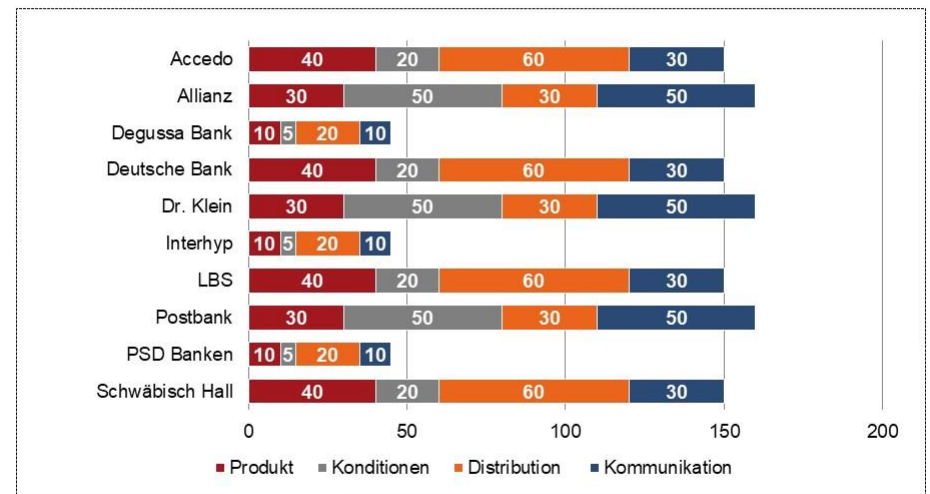
Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter



Marketingranking

Marketing-Mix gesamt

Marketing-Mix-Efforts (Angaben in Prozent)



In welchen PR-Medien weisen die Unternehmen Stärken auf?



Marketing-Mix Analyse
Baufinanzierung 2017

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.600 EUR zzgl. MwSt. die
Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2018.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt zur Bankenbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Banken 2018
- Studie eVisibility Banken 2018
- Studie Operatives Produktmarketing Banken 2018
- Studie Kundenpfade Banken 2017
- Studie Vergleichsportal-Marketing Banken 2017
- Marketing-Mix-Analyse Ratenkredit 2017

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. Zur Bankenbranche erschienen seit 2016 mehr als 20 Studien. In der Studienreihe Marketing-Mix-Analysen erschienen seit 2015 über 40 Studien.



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief
Marketing-Mix-Analyse Baufinanzierung 2018