



Kundennähe und Kundenvertrauen als Erfolgsfaktoren in der Immobilienfinanzierung

München, 18. Mai 2010

Agenda

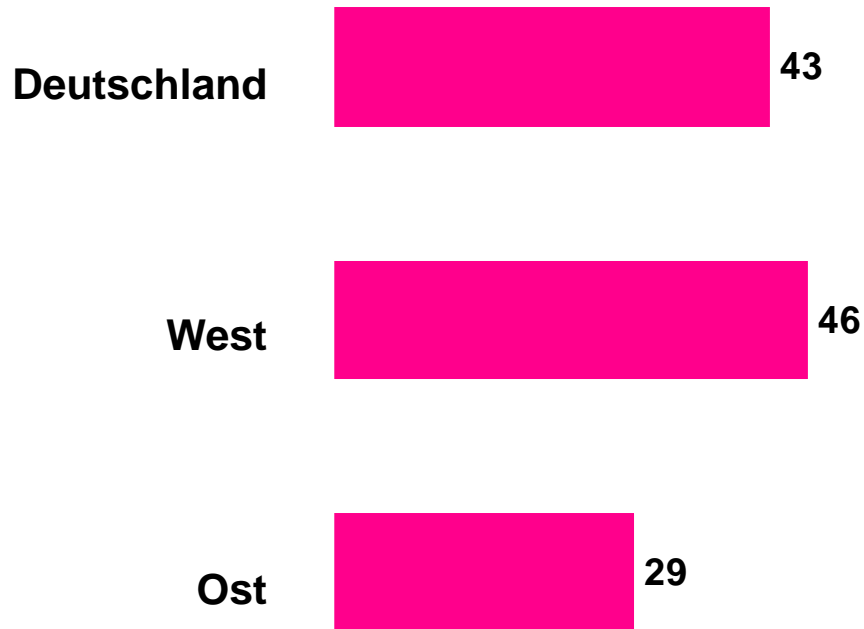
- **Immobilienfinanzierung in Deutschland**
- **Auswirkungen der Finanzkrise auf das Kundenvertrauen**
- **Stärkung des Kundenvertrauens und der Kundennähe: Was sind die Erfolgsfaktoren?**

Immobilienfinanzierung in Deutschland



Wohneigentumsquote in Deutschland (Haushalte)

Über 40 Prozent der Deutschen wohnen im eigenen Haus bzw. in der eigenen Wohnung

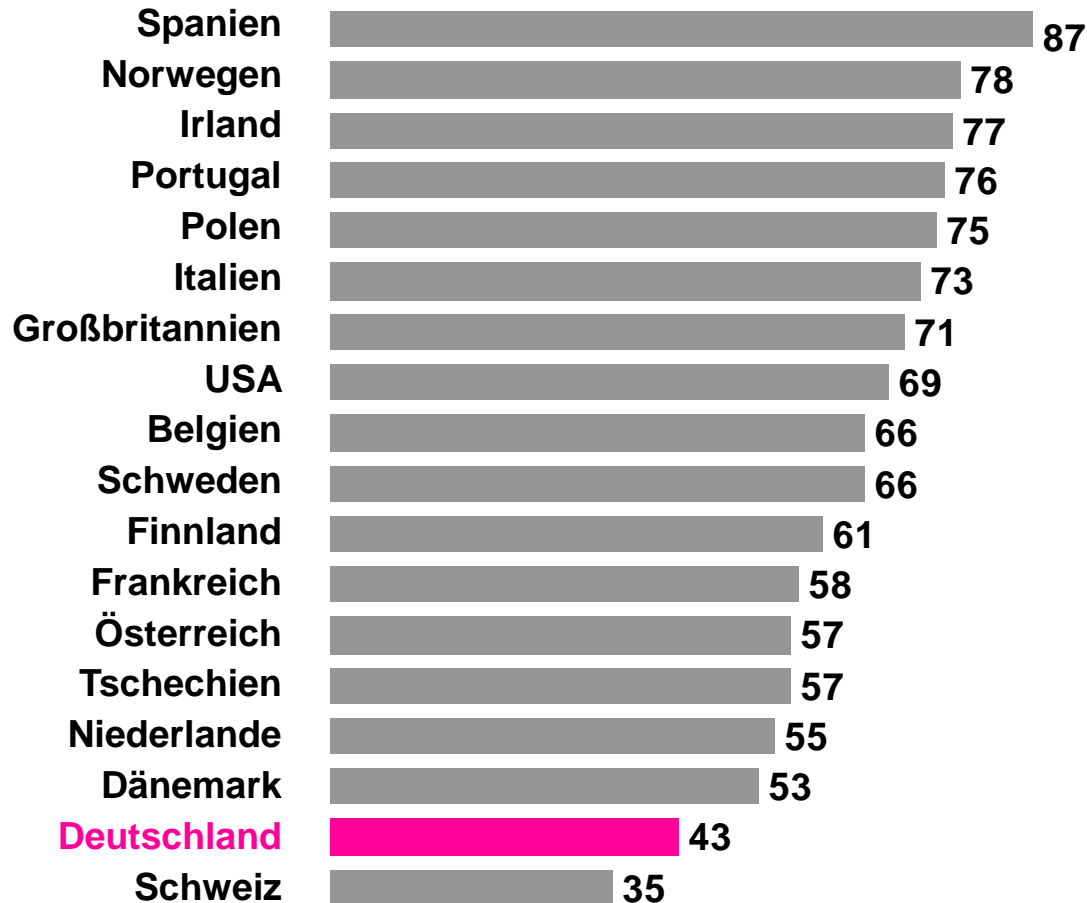


Quelle: TNS Infratest 2009

Angaben in %

Wohneigentumsquote im internationalen Vergleich

Im internationalen Vergleich liegt Deutschland hinter vielen Ländern zurück

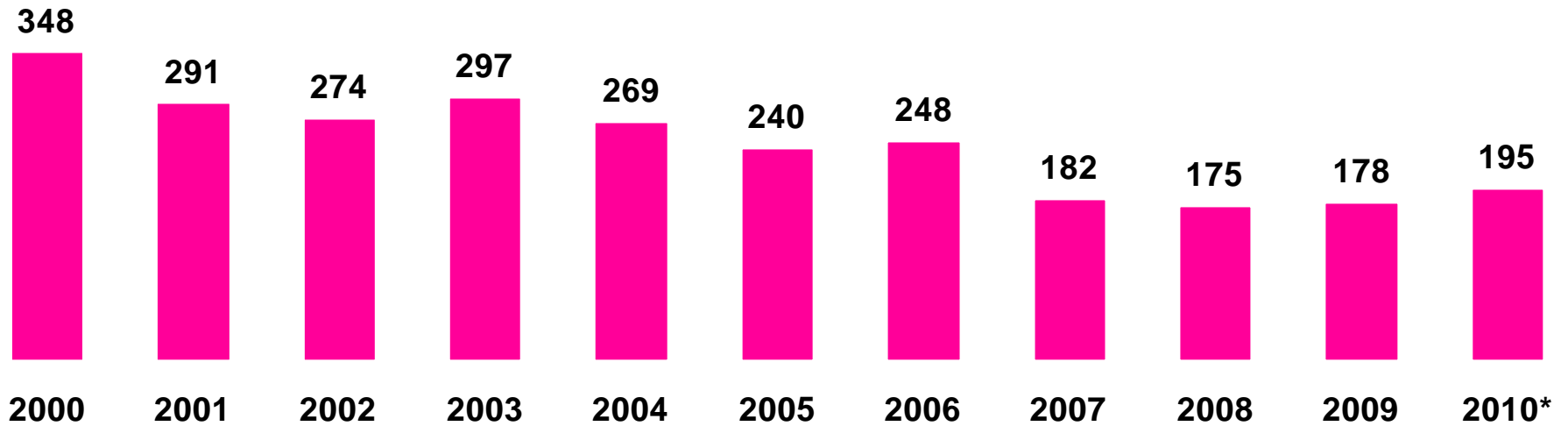


Quelle: Eurostat

Angaben in %

Wohnungsbaugenehmigungen

Die Zahl der Wohnungsbaugenehmigungen erreichte 2008/2009 einen historischen Tiefpunkt, wird sich aber 2010 wieder erholen

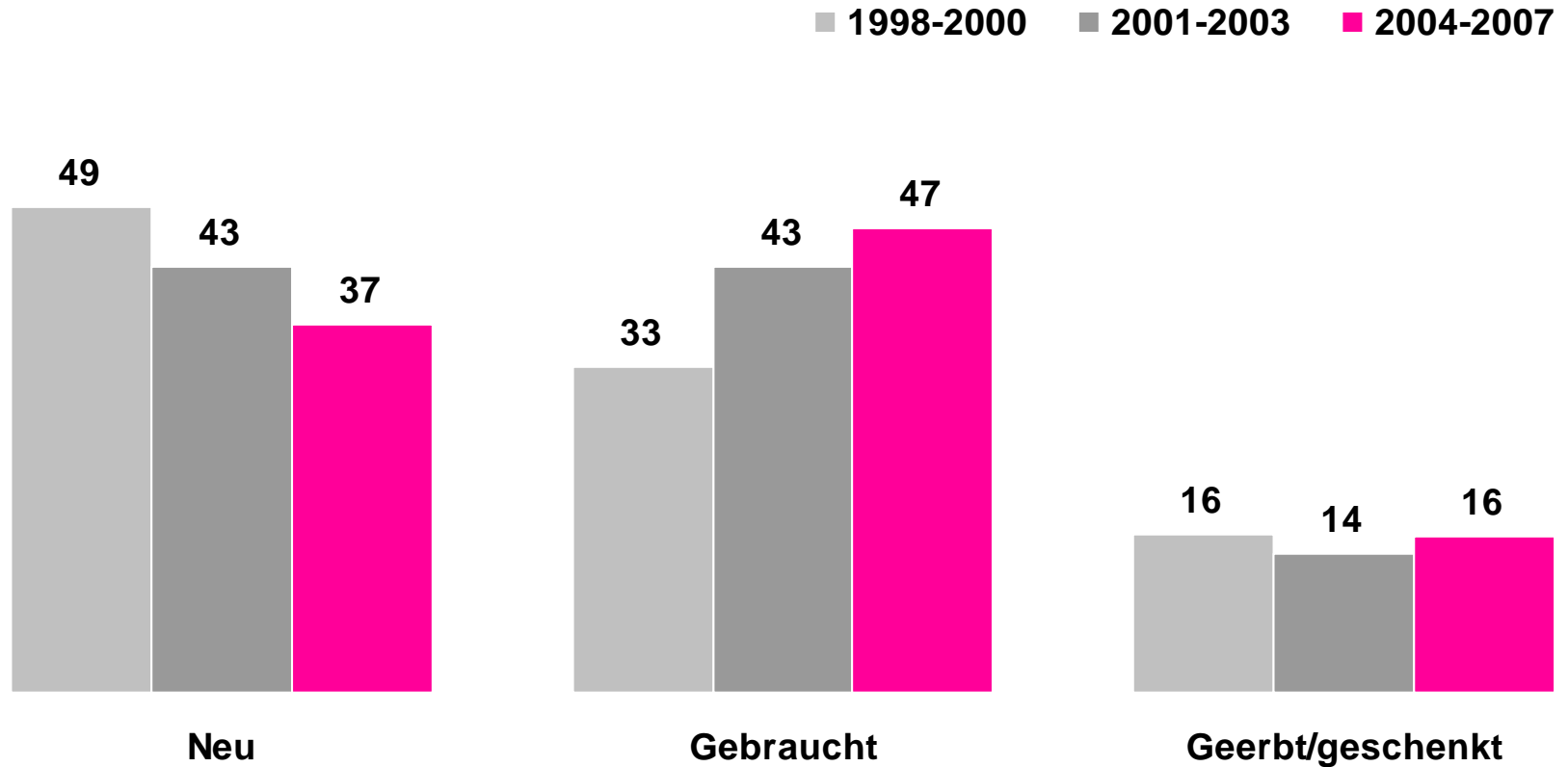


Quelle: Statistisches Bundesamt; *Prognose

Angaben in Tausend

Erwerb von Immobilien in Deutschland

Der Trend geht zu gebrauchten Immobilien

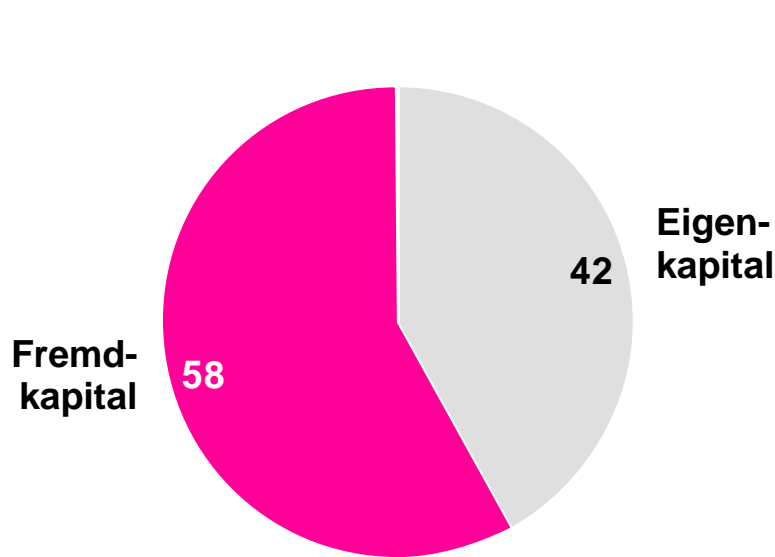


Quelle: TNS Infratest; Basis: Alle Erwerber von Wohneigentum

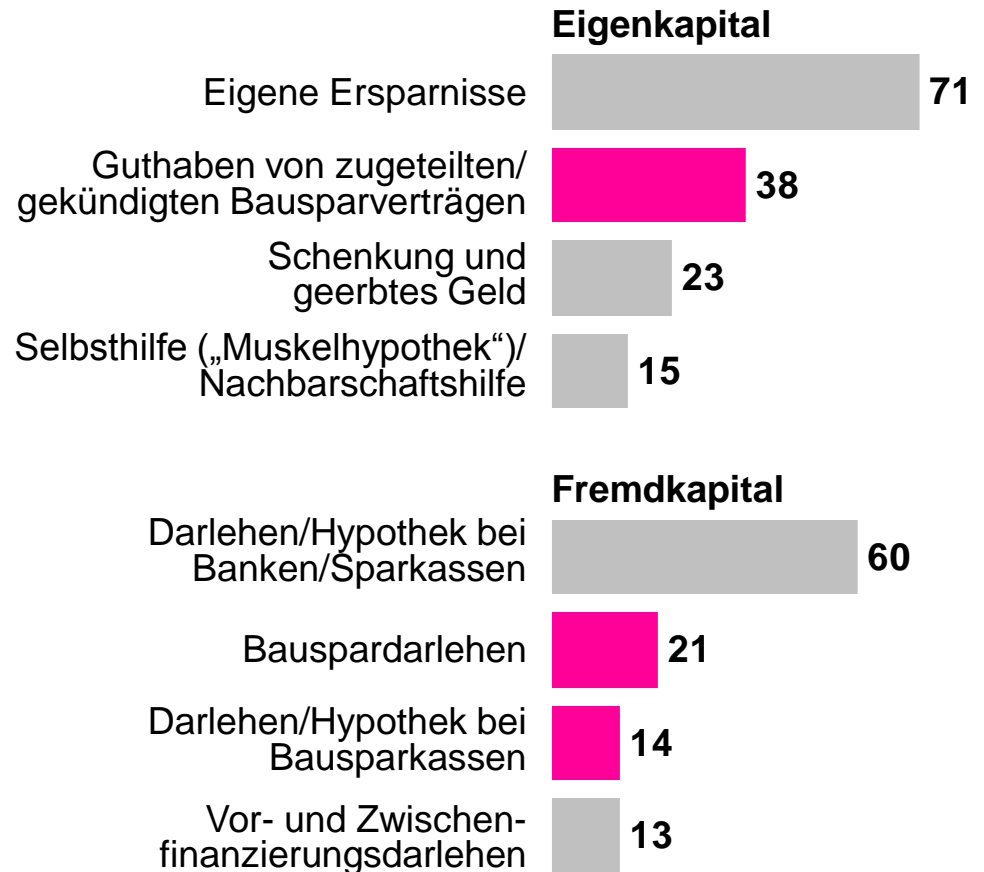
Angaben in %

Finanzierung von Immobilien in Deutschland

Die Finanzierung erfolgt zu 42 Prozent aus eigenen Mitteln –
Bausparverträge spielen dabei eine wichtige Rolle



Neuerwerb: 62% FK / 38% EK
Gebrauchterwerb: 56% FK / 44% EK



Quelle: TNS Infratest; Basis: Alle Erwerber von Wohneigentum (ohne Erbe/Schenkung)

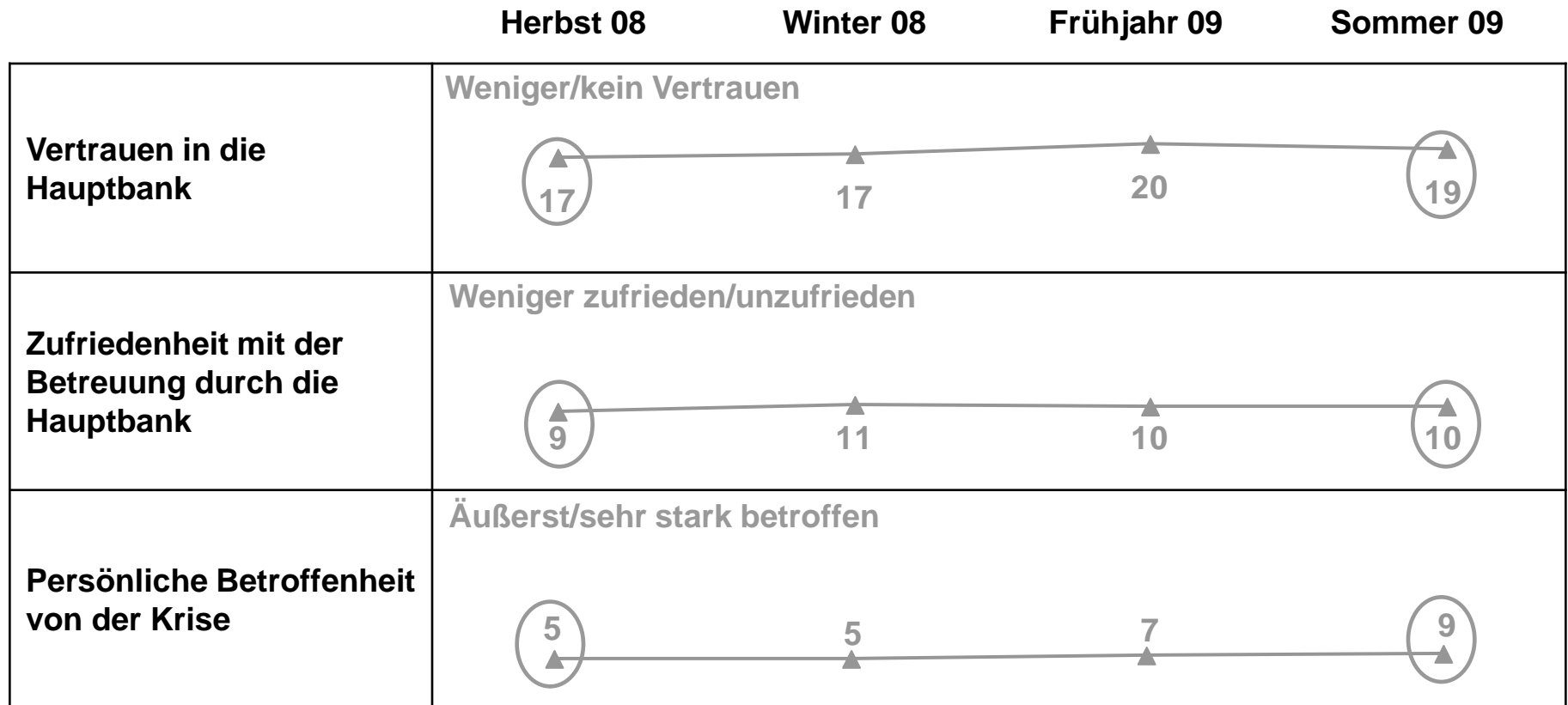
Angaben in %

Auswirkungen der Finanzkrise auf das Kundenvertrauen



Vertrauen zu den Banken im Verlauf der Krise

Banken konnten verlorengewangenes Vertrauen noch nicht zurückerlangen



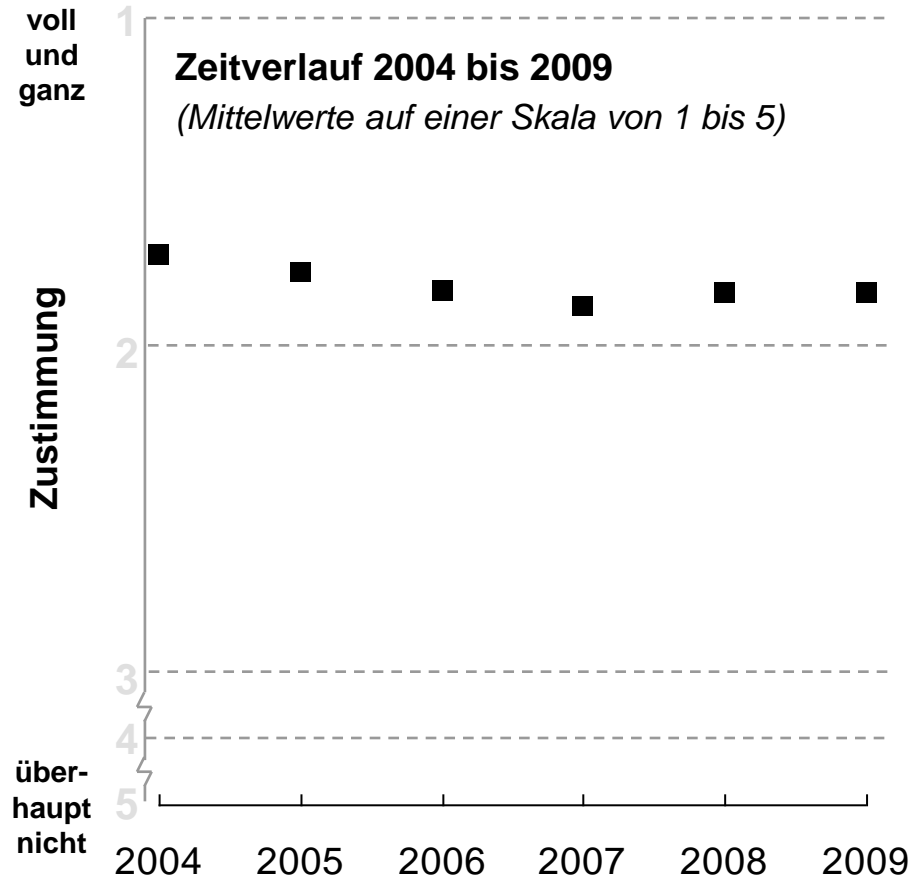
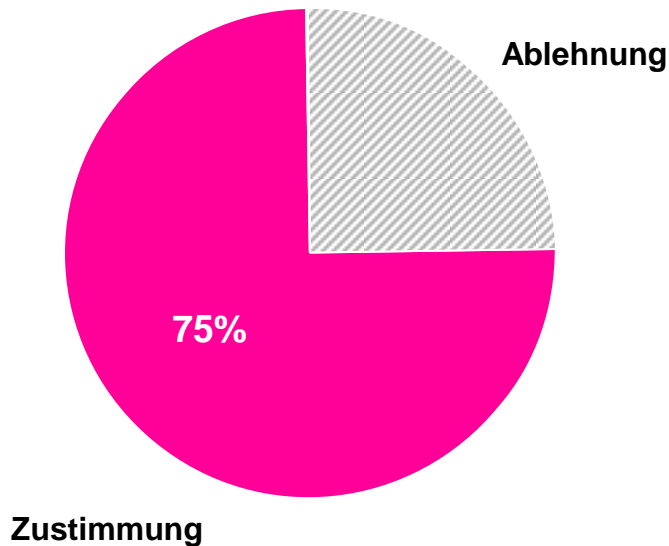
Quelle: TNS Infratest; Basis: Deutsche Bevölkerung

Angaben in %

Vertrauen in die Immobilie als Altersvorsorge

Drei Viertel der Bevölkerung sehen in einer eigenen Immobilie nach wie vor eine sichere Altersvorsorge – trotz Krise!

„Die eigene Immobilie ist eine gute Altersvorsorge“

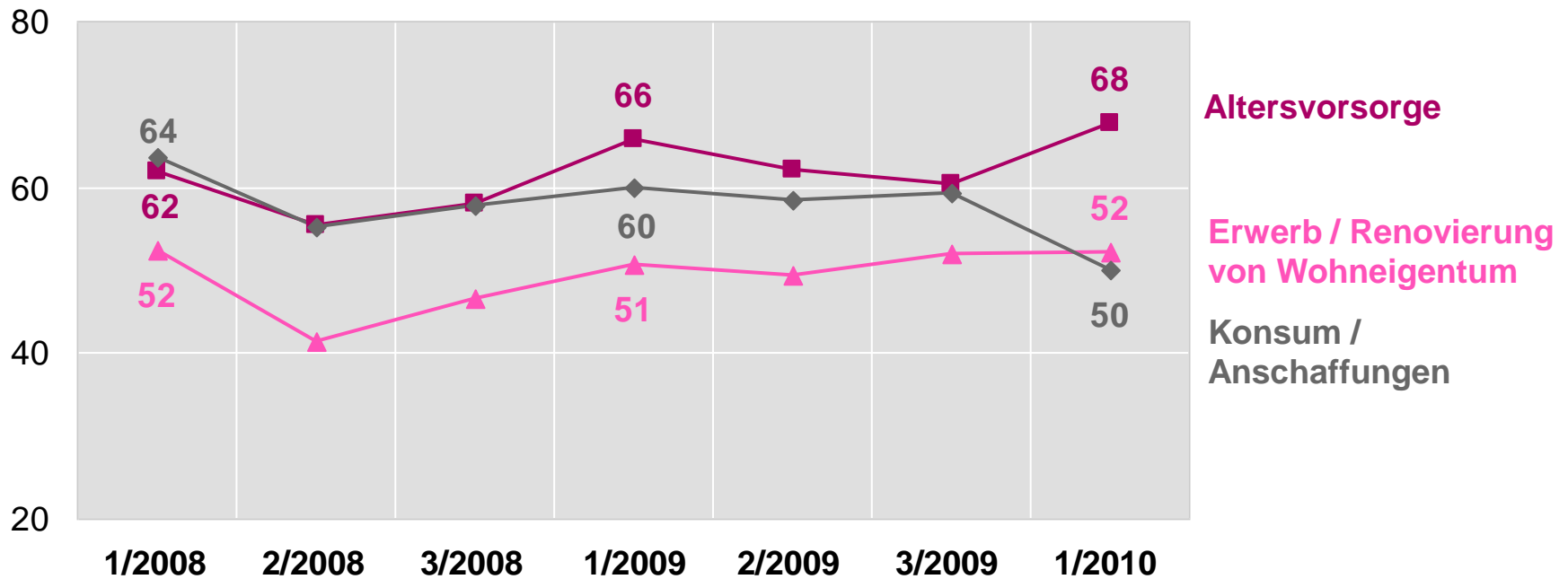


Quelle: TNS Infratest; Basis: Deutsche Bevölkerung

Angaben in %

Sparziele der Deutschen

Erwerb bzw. Renovierung von Wohneigentum hat „Konsum“ als zweitwichtigstes Sparziel abgelöst



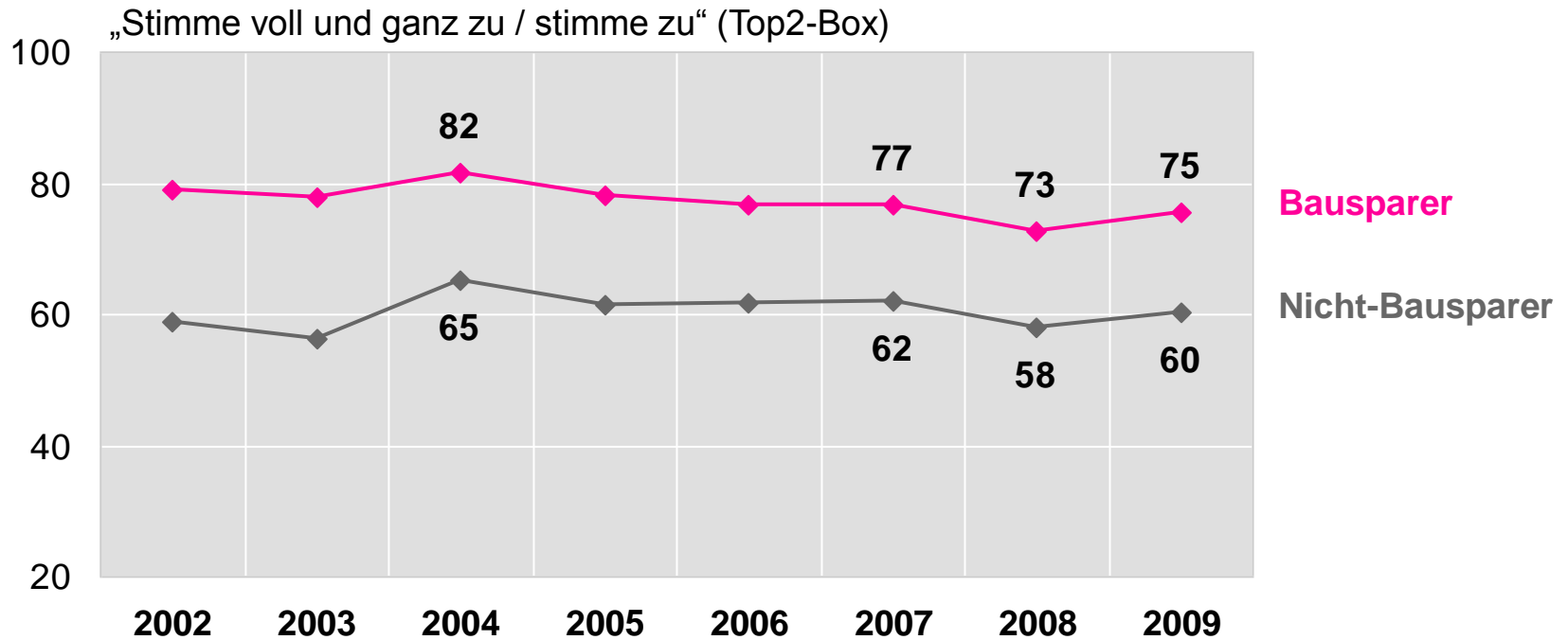
Quelle: TNS Infratest; Basis: Deutsche Bevölkerung

Angaben in %

Image des Bausparens

Bausparen konnte seinen guten Ruf im Verlauf der Finanzkrise wieder verbessern – auch bei „Nicht-Bausparern“

„Bausparen hat einen guten Ruf“



Quelle: TNS Infratest; Basis: Deutsche Bevölkerung

Angaben in %

Bausparen als Finanzierungs- und Geldanlageinstrument

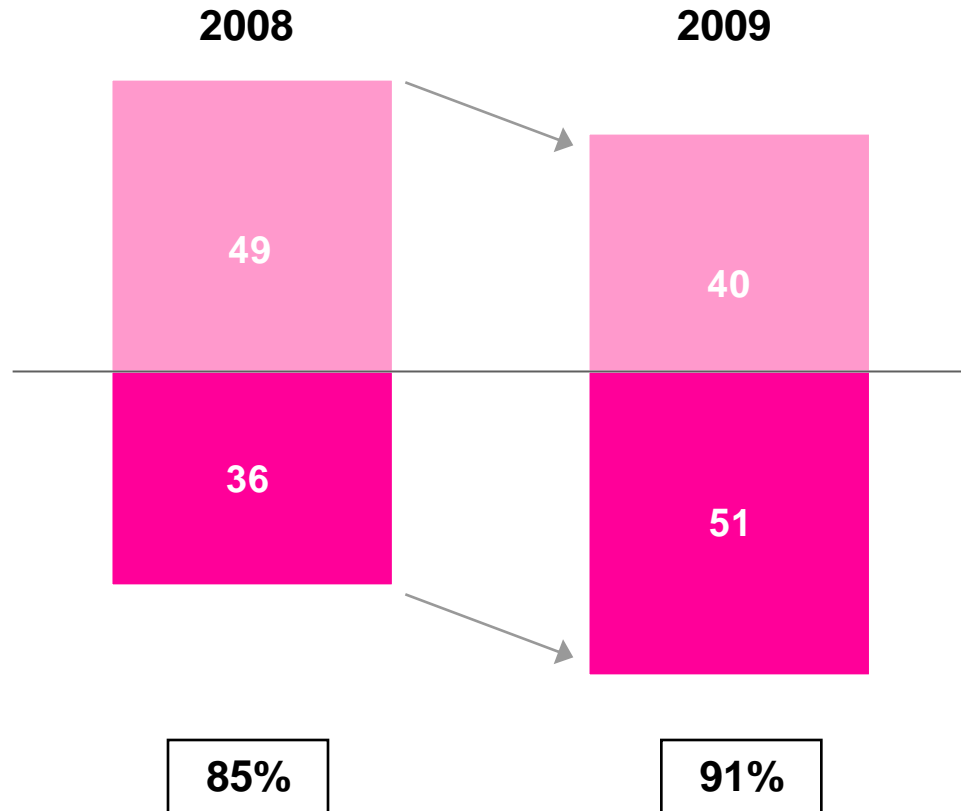
Bausparen gewinnt als Finanzierungsinstrument wie als Geldanlageform 2009 an Attraktivität

Bausparen ist ...

... günstiges Finanzierungs-,
aber **nicht** Geldanlageinstrument

... günstiges Finanzierungs- **und**
Geldanlageinstrument

... günstiges **Finanzierungs-**
instrument gesamt



Quelle: TNS Infratest; Basis: Abschlussplaner in den nächsten 12 Monaten

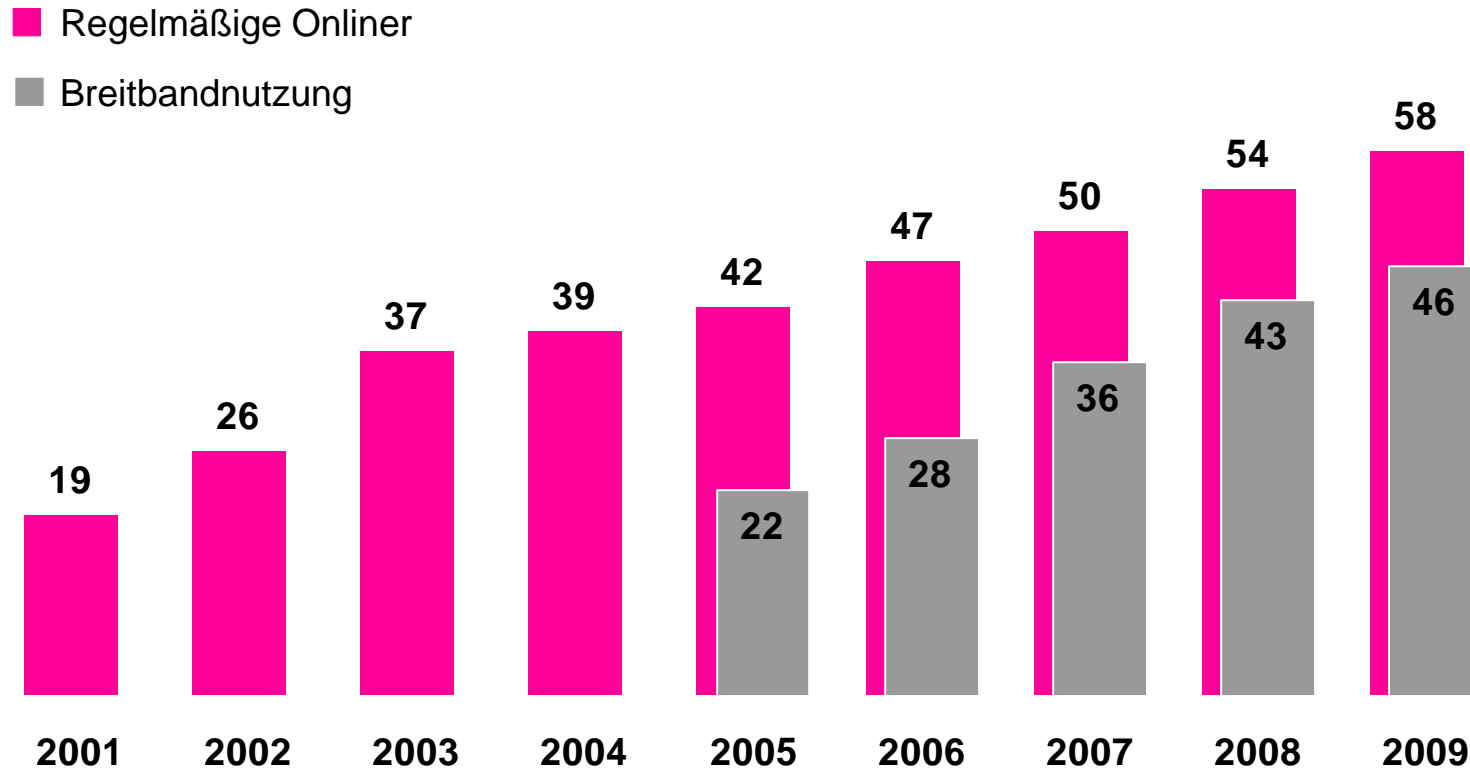
Angaben in %

Stärkung des Kundenvertrauens und der Kundennähe: Was sind die Erfolgsfaktoren?



Die Nutzung des Internet

Immer mehr Deutsche sind online und surfen immer schneller

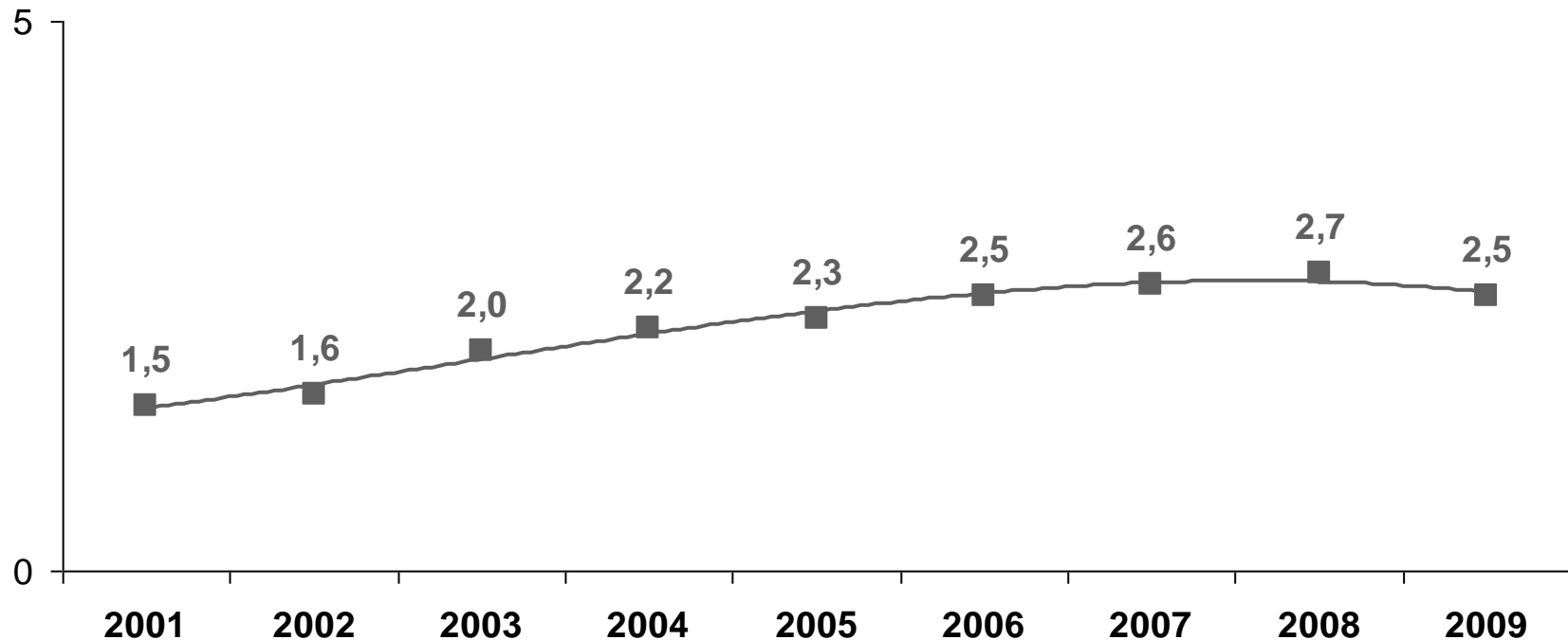


Quelle: TNS Infratest; Basis: Deutsche Bevölkerung

Angaben in %

Nutzung von Online-Brokerage

Die Zahl der Nutzer von Online-Brokerage steigt mittelfristig an, stagniert jedoch seit 2006

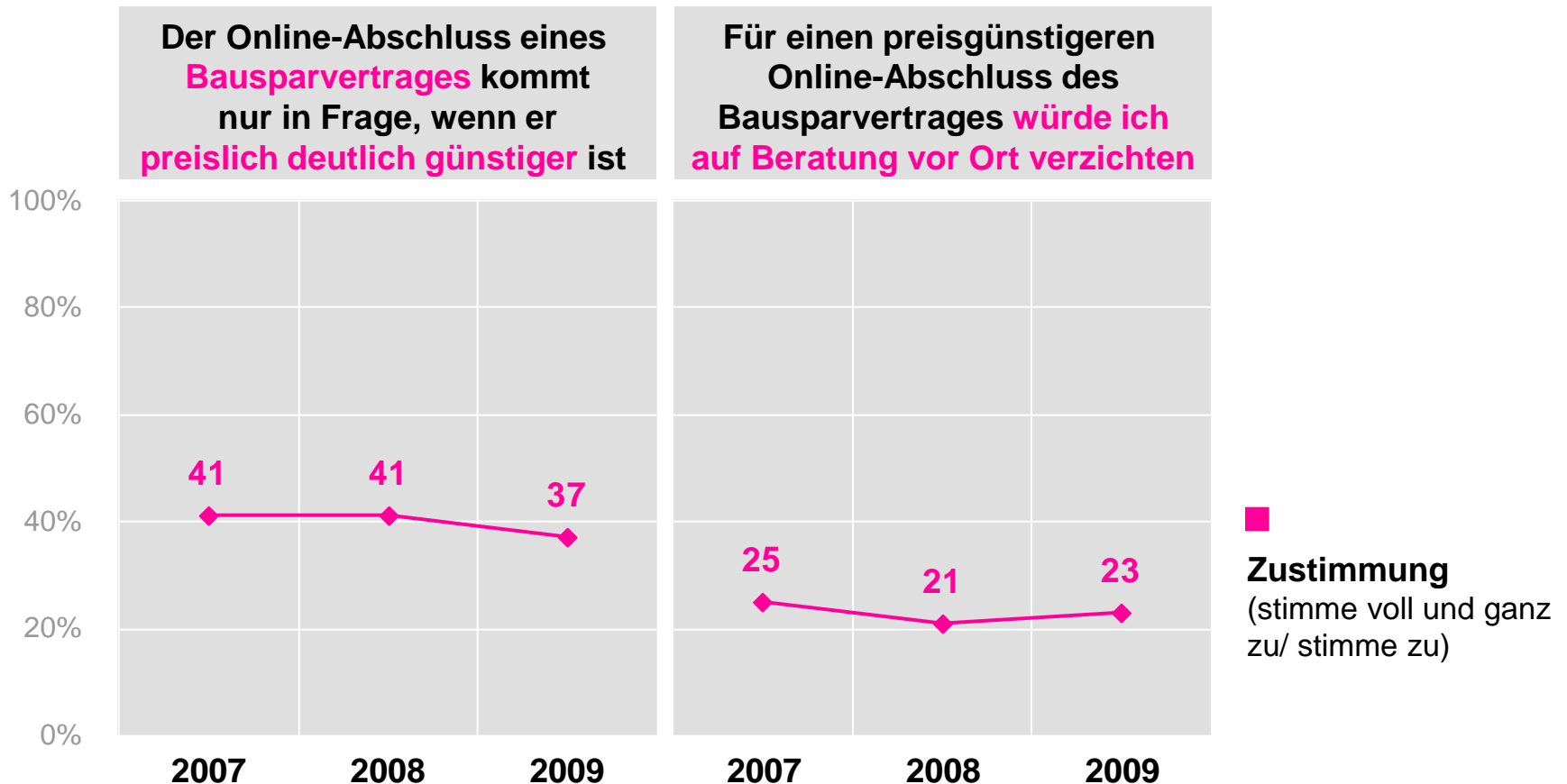


Quelle: TNS Infratest;

Angabe in Millionen

Kundenanforderungen an den Online-Finanzmarkt

Günstigere Preise können nur bedingt zum Online-Abschluss eines Bausparvertrags bewegen; Beratung vor Ort ist nach wie vor wichtig



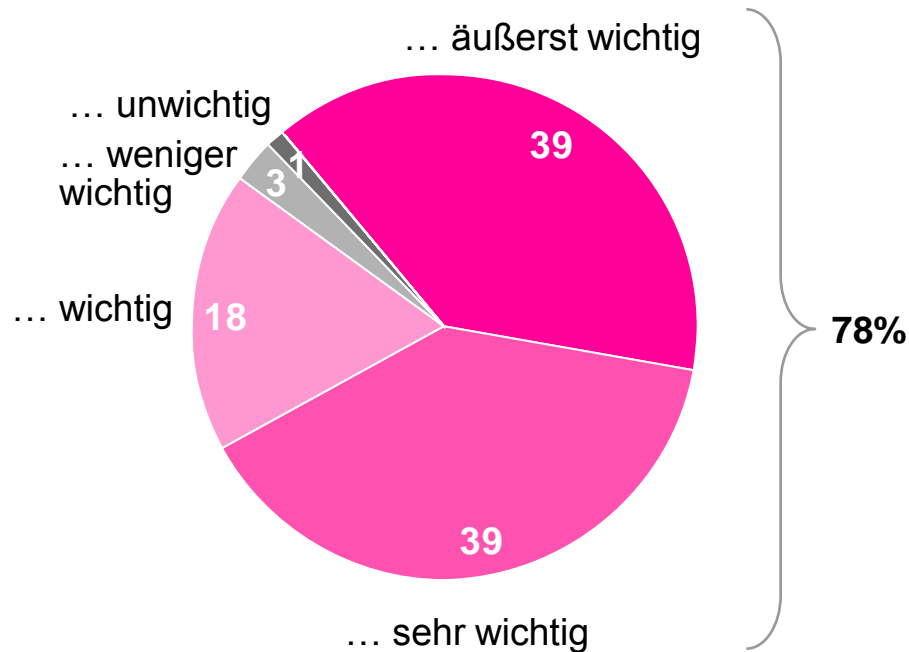
Quelle: TNS Infratest; Basis: Regelmäßige Onliner in Deutschland

Angaben in %

Wichtigkeit von persönlicher Beratung bei Baufinanzierung

Nahezu 80% erachten die persönliche Beratung als äußerst/sehr wichtig

Persönliche Beratung ist mir ...



Informationskanäle bei Baufinanzierungen (Rangreihe)

1. Kundenberater von eigener Bank/Sparkasse
2. Freunde/Bekannte/Verwandte
3. Kundenberater von Bausparkasse
4. Internet
5. Kundenberater von fremder Bank/Sparkasse
6. Zeitschrift, Zinsspiegel in Zeitschrift
7. Tageszeitung/Zinsspiegel in Tageszeitung
8. Freier Finanzberater
9. Kundenberater von Versicherung
10. Immobilienmakler

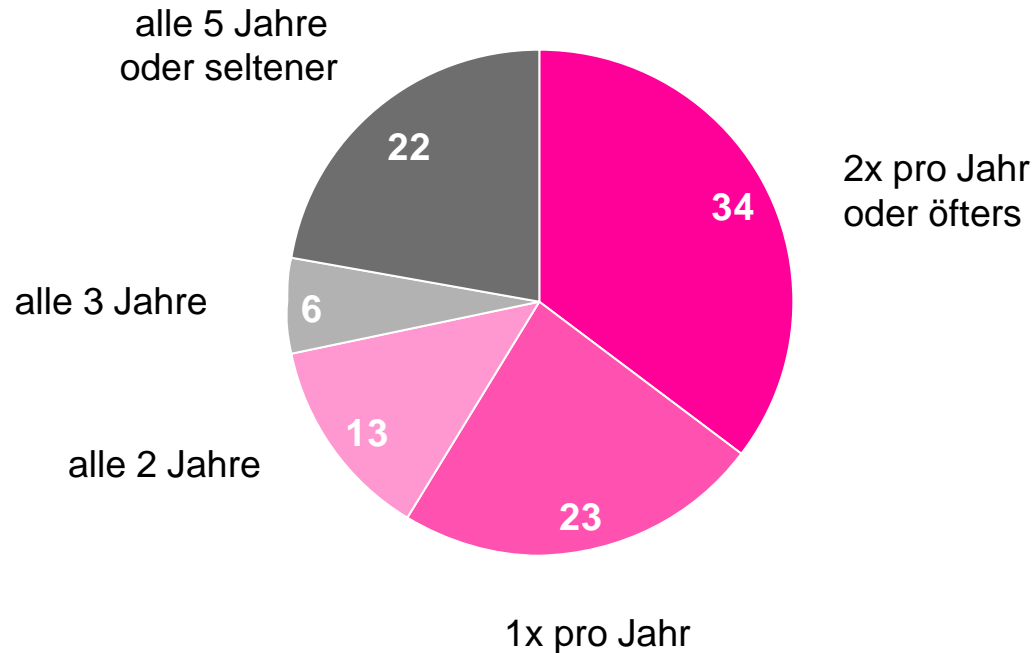
Quelle: TNS Infratest; Basis: Abschlussplaner in den nächsten zwölf Monaten

Angaben in %

Kontakthäufigkeit bei Bausparkassen-Kunden

Knapp 60% der Bausparkassen-Kunden haben im Durchschnitt mindestens einmal pro Jahr Kontakt zu ihrem Außendienst

Durchschnittliche Kontakthäufigkeit zum Außendienstmitarbeiter

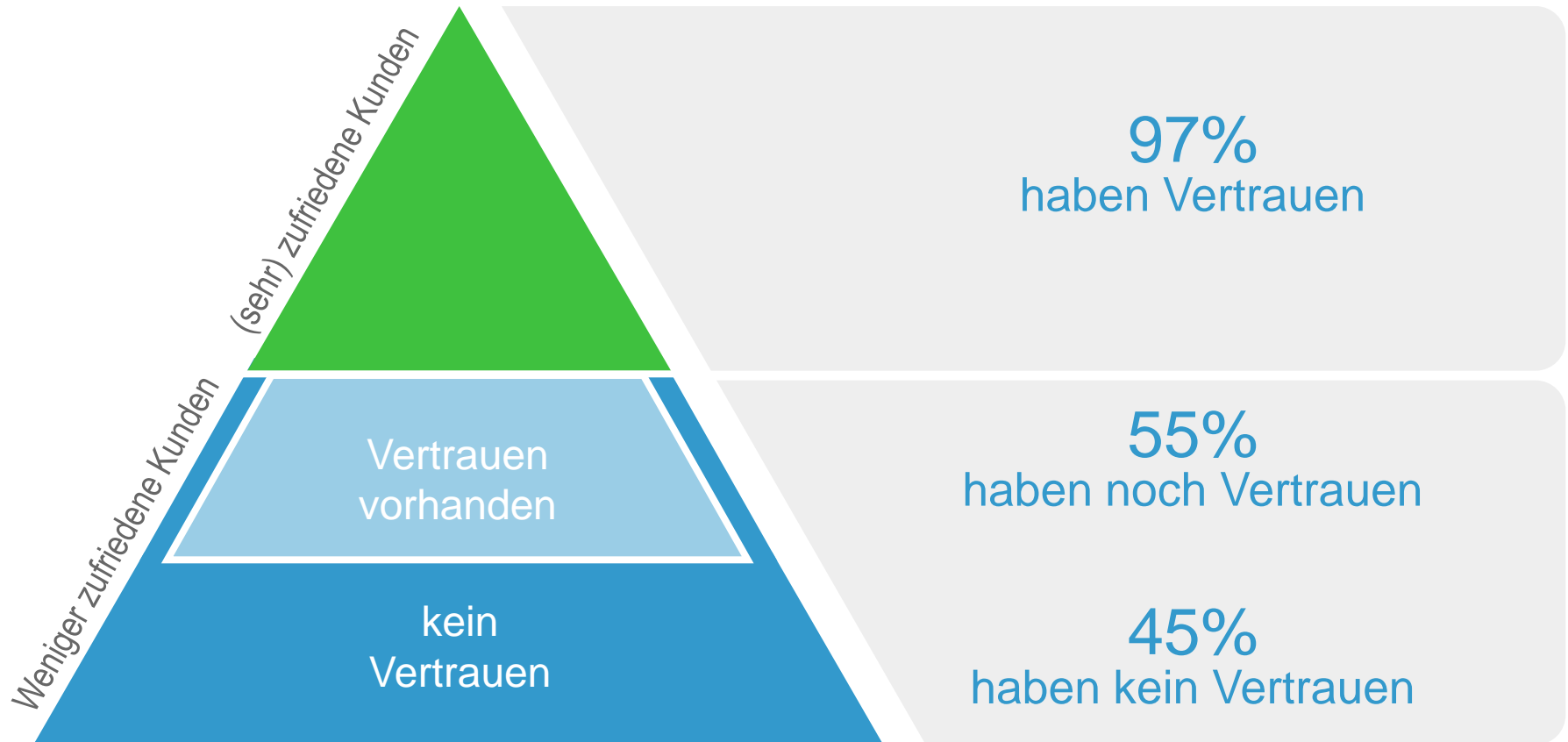


Quelle: TNS Infratest; Basis: Kunden von Bausparkassen

Angaben in %
Differenz zu 100%: keine Angabe

Vertrauen in einer Kundenbeziehung

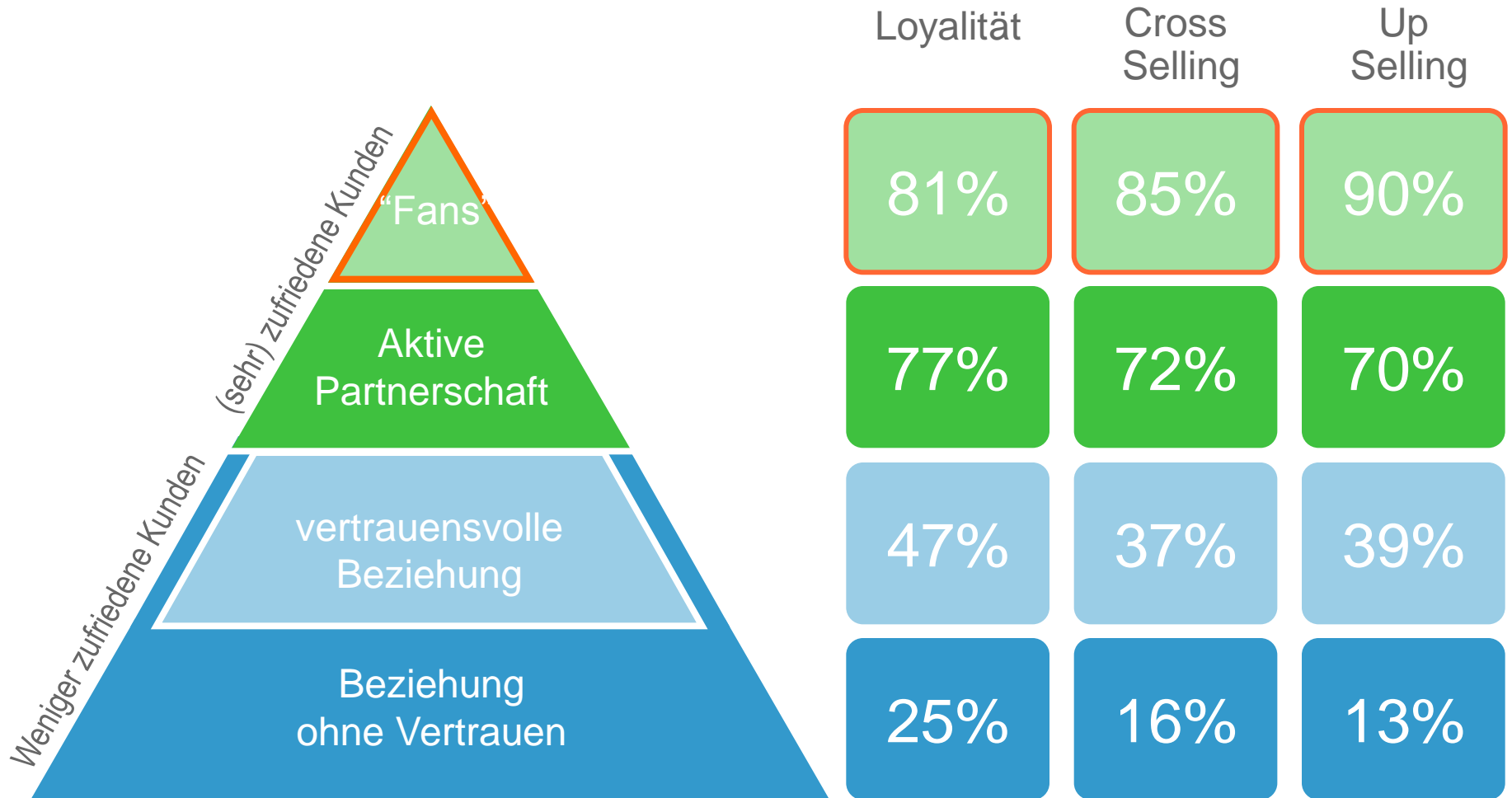
Vertrauen spielt besonders dann eine wichtige Rolle, wenn Kunden mit dem Anbieter weniger zufrieden sind



Quelle: TNS Infratest; Studie zum Vertrauen zu Banken

Kundenbeziehung und Unternehmenserfolg

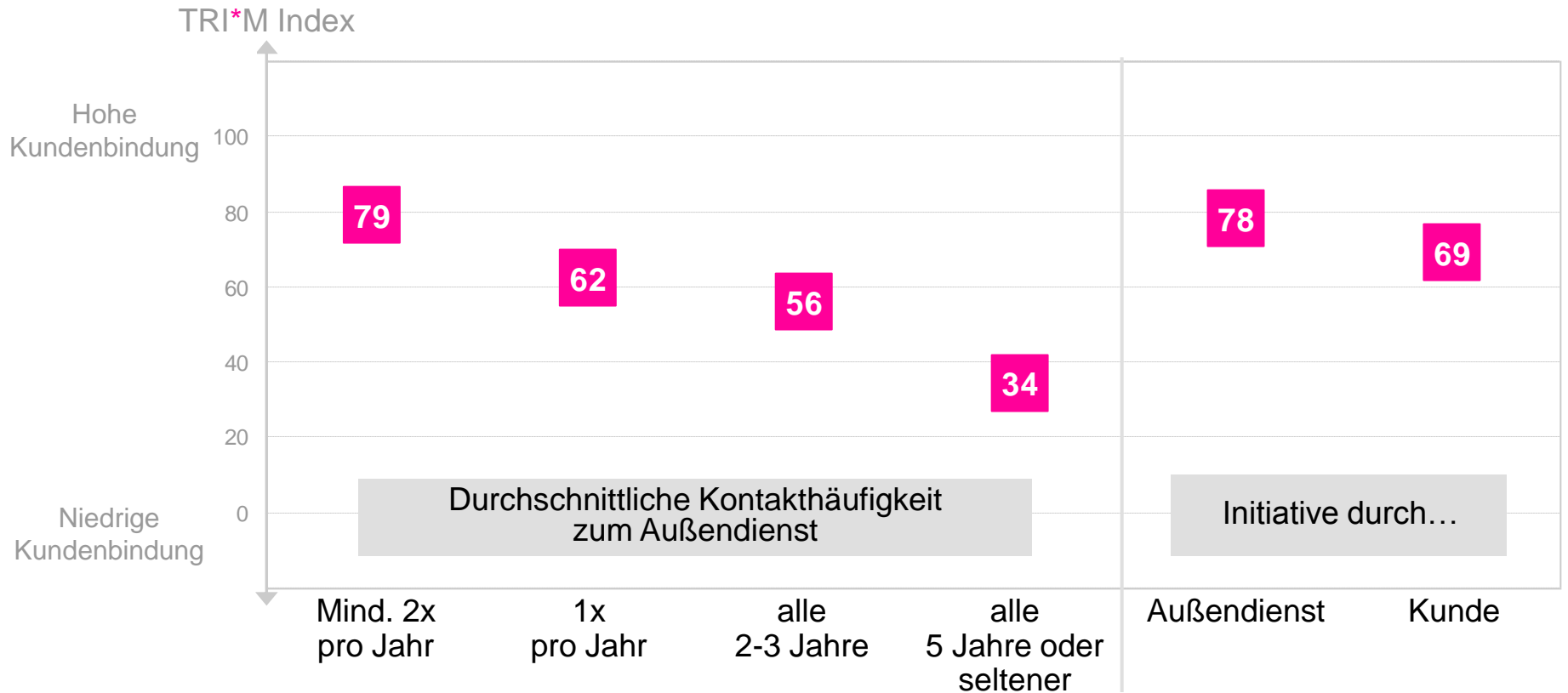
Ohne Vertrauen kaum Loyalität und wenig Chancen auf Neugeschäft



Quelle: TNS Infratest; Studie zum Vertrauen zu Banken

Kundenbindung – Bausparkassen und Kontakthäufigkeit

Häufige Kontakte und aktive Kundenansprache wirken sich positiv auf die Kundenbindung aus

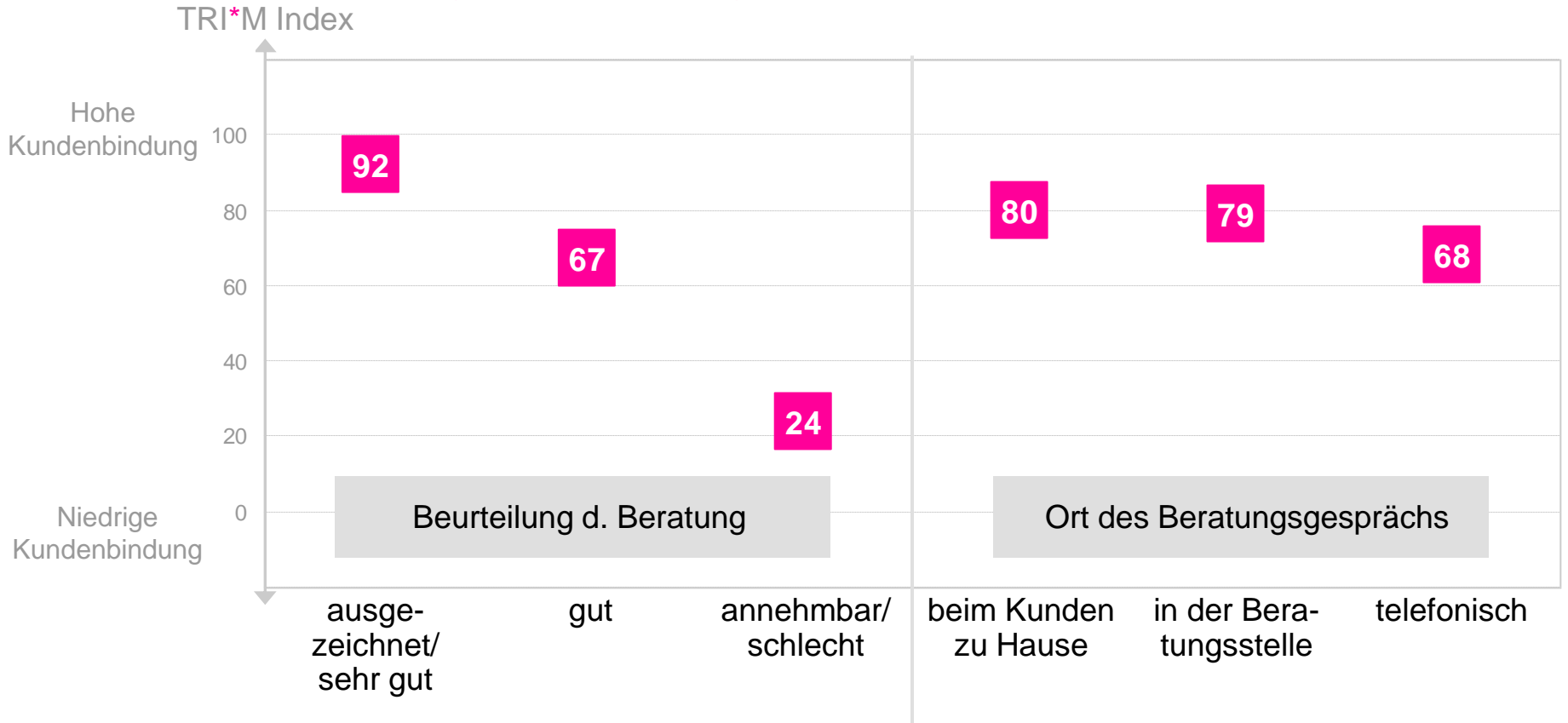


Quelle: TNS Infratest

Angaben in Punkten

Kundenbindung – Bausparkassen und Beratung

Die erlebte Beratungsqualität hat einen immensen Einfluss auf die Kundenbindung – unabhängig davon ob die Beratung beim Kunden oder in der Beratungsstelle erfolgt



Quelle: TNS Infratest

Angaben in Punkten

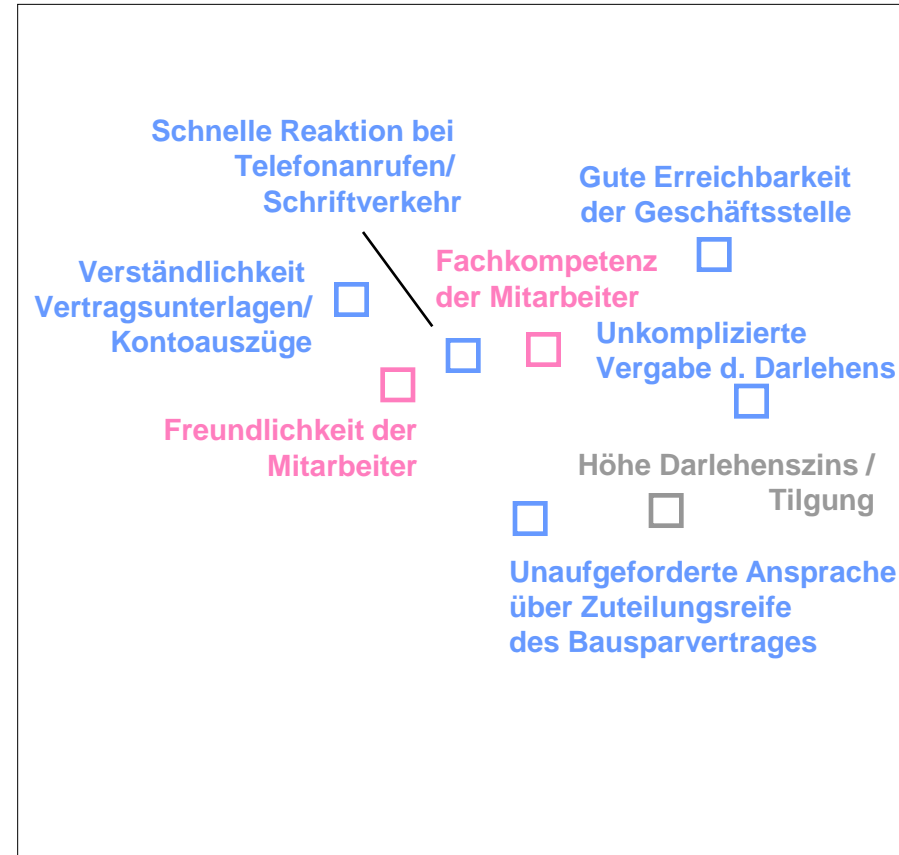
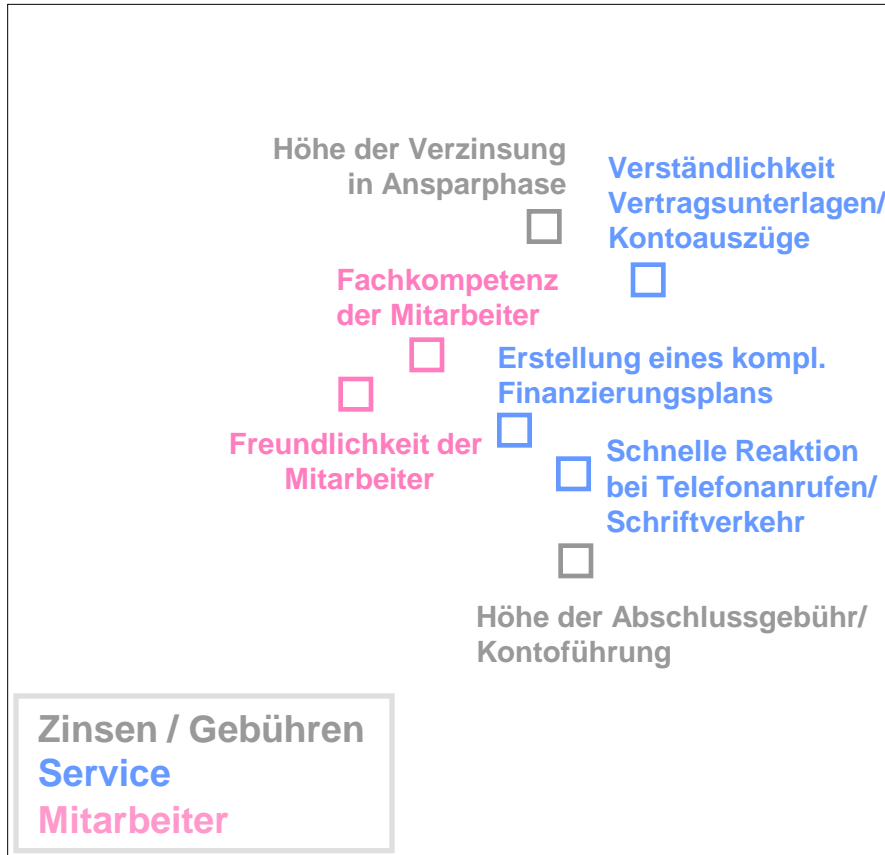
Weitere Kundenbindungstreiber im Bausparmarkt

Anspar- und Zuteilungsphase

Darlehensphase

hoch

Verbale Wichtigkeit



niedrig **Einfluss auf die Kundenbindung** hoch niedrig **Einfluss auf die Kundenbindung** hoch

Herzlichen Dank!

