

Schwerpunkt Private Baufinanzierung

Imagebildung und Neukundengewinnung im Internet für regionale Finanzierungsanbieter

Bereits seit vielen Jahren werden Immobilien vorrangig über das Internet gesucht und gefunden. Auch zum Thema Baufinanzierung informieren sich Kunden zunehmend online. Wie regionale Finanzierungsanbieter das Internet zur Vermittlung von Immobilien einsetzen, erläutert der Autor am Beispiel der Stadtparkasse München. Neben der Akquise von Neukunden über diesen direkten Absatzkanal hat er auch die regionale Imagebildung im Auge. Und bei allem Zuspruch für diesen Vertriebsweg als Türöffner registriert er beim konkreten Abschluss weiterhin einen Bedarf der Kunden nach einer individuellen Finanzierungsbegleitung durch einen spezialisierten Finanzierungsberater. **Red.**

Die Themen Baufinanzierung und Immobilien haben für die Stadtparkasse München sehr hohe Priorität. Jede Woche werden 80 Finanzierungen mit einer durchschnittlichen Darlehenssumme von 240 000 Euro abgeschlossen. Mit dem Immobilienservice der Sparkasse wurden im vergangenen Jahr 170 Grundstücke, Wohnungen und Häuser mit einem Gesamtwert von 58 Millionen Euro an Käufer vermittelt.

Erfolg über den Online-Anbietervergleich

Für potenzielle Neukunden sind die Geschäftsstellen und Kompetenz-Center in München eine wichtige Anlaufstelle. Auch das Empfehlungsmanagement hat in diesem Segment eine große Bedeutung. Doch immer mehr Interessenten werden über das Internet, speziell über Vergleichsportale, auf die Stadtparkasse München aufmerksam. „Die Bank unserer Stadt“ suchte daher nach einer Strategie, um das Internet gezielt als Akquisekanal auszubauen. Ziel ist es, das Neukundengeschäft ins-

besondere für Immobilien und Baufinanzierung weiter zu stärken und das eigene Image zu festigen.

Seit vielen Jahren werden zudem ihre Immobilien über Immobilien Scout 24 vermarktet. Aufgrund der positiven Erfahrungen und der Erkenntnis, dass auch im Bereich Baufinanzierung immer mehr Kunden das Internet als erste Informationsquelle nutzen, wurde die Zusammenarbeit im Frühjahr dieses Jahres deutlich ausgeweitet. Die Sparkasse ist nun auch im Anbietervergleich für Baufinanzierungen auf Immobilien Scout 24 eingebunden. Hier suchen monatlich eine Million Kaufinteressenten nach einem für sie passenden Finanzierungspartner.

Potenzielle Kunden geben die Rahmenbedingungen ihres Finanzierungswunsches in eine Suchmaske ein – neben Kaufpreis, Kaufnebenkosten und Eigenkapital können auch die gewünschte Sollzinsbindung und die Tilgungsrate ausgewählt werden. Anschließend erhält der Interessent eine regionale Übersicht von Finanzierungsanbietern. Als erste Orientierungshilfe sind jeweils ein effektiver Jahreszins und eine Monatsrate angegeben. Die Anbieter können sich in dieser Auflistung mit einem eigenen Profil und mit der Veröffentlichung der Bewertungen anderer Kunden positiv von der Konkurrenz abheben. Interessenten haben die Möglichkeit, mit ihrem Finanzierungswunsch direkt Kontakt zu den Anbietern aufzunehmen.

In den ersten Wochen der Kooperation meldeten sich bei der Stadtparkasse München bereits knapp 80 Finanzierungsinteressenten über das Vergleichsportal von Immobilien Scout 24. Diese Anzahl Neukunden über klassische Ka-

näle, wie Werbung in Tageszeitungen, Radio oder Fernsehen zu gewinnen, wäre deutlich kostenintensiver. Für die Berater ist es zudem von Vorteil, die Eckdaten des Finanzierungswunschs bereits vor dem Gespräch zu kennen. Darüber hinaus erhielt die Sparkasse überwiegend sehr positive Bewertungen und hebt sich mit einem Durchschnitt von 4,5 von fünf Sternen im Anbietervergleich vom regionalen Wettbewerb ab: „Wir haben die Beratung bei der Sparkasse als freundlich, zuvorkommend und in jeder Hinsicht professionell empfunden“ oder „Bei meiner nächsten Finanzierung werde ich auf alle Fälle die Stadtparkasse München wieder kontaktieren“ – solches Kundenlob stärkt das Image und zieht weitere Interessenten anfragen nach sich.

Regionale Imagebildung im Internet

Nach der erfolgreichen Anbindung an den Anbietervergleich ging die Stadtparkasse München noch einen Schritt weiter und nutzte als einer der ersten regionalen Finanzierungsanbieter ein komplettes Marketingpaket, welches von Immobilien Scout 24 speziell entwickelt wurde. Ziel der Maßnahme ist es, Sichtbarkeit und Image aufzubauen und sich bei Immobilieninteressenten ins Bewusstsein zu bringen, noch bevor diese in den Vergleich von Finanzierungsanbietern einsteigen. Dazu werden die eigenen Immobilieninserate auf der Plattform als idealer Ausgangspunkt für die Marketingaktivitäten genutzt.

Bereits in der Ergebnisliste der Immobiliensuche auf dem Portal ist das Firmenlogo prominent eingebunden und steigert die Aufmerksamkeit für die Immobilienangebote der Sparkasse. Im Exposé selbst sorgen Banner für die Darstellung als Kompetenzträger in der Region und ermöglichen es, eigene Zusatzprodukte darzustellen (siehe Screenshot). Dieser ganzheitliche Auftritt hebt die Kompetenz der Sparkasse hervor und bleibt dem Immobiliensuchenden im Gedächtnis, selbst wenn das konkrete

Der Autor



Peter Walch

Leiter Zentrale Vermittlerbetreuung, Stadtparkasse München, München

Objekt für ihn nicht zum Kauf infrage kommt. Zudem ist in der Immobiliendarstellung ein eigenes Finanzexposé der Sparkasse verlinkt. Hier kann der Kaufinteressent die Finanzierung der konkreten Immobilie zu den von der Sparkasse hinterlegten Konditionen berechnen und direkt Kontakt aufnehmen.

Mit Hilfe dieser ganzheitlichen Marketingkommunikation zeigt die Stadtsparkasse München Präsenz als größter regionaler Finanzierungsanbieter und generiert Neukundengeschäft. Die einzelnen Elemente führen nicht nur zur direkten Gewinnung neuer Kunden, sondern tragen auch weiter zur Bekanntheit des Unternehmens im Raum München bei.

Zunehmende Bedeutung des Internets

Das Internet wird im Bereich der Baufinanzierung in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen und dabei zunehmend nicht nur als unverbindliches Rechercheinstrument eingesetzt werden, sondern auch eine immer größere Rolle bei der Vorauswahl von Partnern für die Lösung von Finanzierungswünschen spielen. Bei der Ansprache von Neukunden über das Internet wird es entscheidend sein, für Immobilieninteressenten frühzeitig in ihrem Kaufprozess sichtbar zu sein. Dies gelingt beispielsweise durch eine starke Imagebildung an den relevanten Stellen, wie im Immobili-

Stadtsparkasse München

Mit rund 800 000 Kunden und einer durchschnittlichen Bilanzsumme (DBS) von 16,1 Milliarden Euro ist die Stadtsparkasse München die größte bayerische und fünftgrößte deutsche Sparkasse. Das 1824 gegründete Kreditinstitut beschäftigt rund 2 400 Mitarbeiter und 300 Auszubildende. Fast jeder zweite Münchner vertraut in Geldfragen auf die Sparkasse. Sie betreibt als Marktführer unter den Münchner Banken im Privatkundenbereich 80 Geschäftsstellen, 46 SB-Servicestellen sowie Betreuungs- und Kompetenz Center und hat damit das dichteste Filialnetz aller Kreditinstitute im Stadtgebiet. Mit ihren Partnern aus der Sparkassen-Finanzgruppe stellt sie das gesamte Spektrum von Finanzdienstleistungen, Anlagemöglichkeiten und Finanzierungsformen bereit.

Screenshot Exposé

The screenshot shows a real estate listing on the Scout24 website. The main heading is 'Ruhig gelegenes Einfamilienhaus mit großem Garten in München-Allach'. The listing includes a large photo of the house, a floor plan, and a table of key features and costs. The price is listed as 1,100,000.00 EUR. The listing also includes a 'Finanzierungsberatung' section with a calculator and other tools.

Kaufpreis:	1.100.000,00 EUR
	→ Monatliche Rate berechnen
Zimmer:	5,00
Wohnfläche ca.:	140,00 m ²
Grundstücksfläche ca.:	1.093,00 m ²
Hauptkriterien	
Hausstyp:	Einfamilienhaus (freistehend)
Nutzfläche ca.:	119 m ²
Keller:	✓
Garage/ Stellplatz:	Garage
Anzahl Garage/ Stellplatz:	2
Bezugsfrei ab:	nach Vereinbarung beziehb. ab 2.500 kWh*
Stromverbrauch:	*ImmobilienScout24-Schätzung
Umzugskosten:	→ Jetzt kostenlose Angebote erhalten
Kosten	
Kaufpreis:	1.100.000,00 EUR
Provision für Käufer:	3,57 % inkl. ges. MwSt.

ensuchprozess. Darüber hinaus ist eine deutliche Präsenz in Vergleichsportalen unabdingbar, da sich immer mehr Menschen zunächst auf solchen unabhängigen Plattformen informieren. Hier punkten nicht ausschließlich die Anbieter mit den niedrigsten Zinsen; wichtig sind vor allem auch sehr gute Bewertungen von anderen Kunden, an denen sich Interessenten orientieren.

Wie wichtig Kundenempfehlungen sind, zeigt eine Studie von Immobilien Scout 24 aus dem Jahr 2013 unter 2 100 Kreditnehmern: Befragt nach den Kriterien, nach denen sie Finanzierungsanbieter zur Kontaktaufnahme auswählten, nannten die Baufinanzierer Bewertungen anderer Kunden als drittes Kriterium nach Zinskonditionen und transparenten Informationen.

Damit legen Interessenten mehr Wert auf die im Internet veröffentlichten subjektiven Kundenmeinungen (65 Prozent sehr wichtig oder wichtig) als auf das Renommee großer Banken-Marken (58 Prozent) oder das unabhängige Urteil bekannter Verbrauchertests (47 Prozent).

Insbesondere für regionale Anbieter ist neben lokalem Marketing das Internet das ideale Medium, um Neukunden auf sich aufmerksam zu machen. Bei der Wahl des richtigen Portals für diese Aktivitäten spielen die Reichweite und die thematische Relevanz eine entscheidende Rolle. Werden die Maßnahmen zur Immobilienvermittlung geschickt mit dem Segment Finanzierung verknüpft, steigt die Sichtbarkeit bei den Interessenten und damit die Wahrscheinlichkeit, mit dem potenziellen Kreditnehmer ins Gespräch zu kommen.

Bei allen Vorteilen, die das Internet für die Akquise bietet, legen allen Erfahrungen zufolge viele Kunden nach wie vor hohen Wert auf einen persönlichen und kompetenten Ansprechpartner bei der Verwirklichung ihres Immobilienwunsches. Das wird sich bei einem so komplexen Thema auch in Zukunft nicht ändern. Die Mischung aus Kundenakquise über das Internet und einer anschließend individuellen und professionellen Finanzierungsbegleitung durch einen spezialisierten Finanzierungsberater ist der Schlüssel zum Erfolg.