

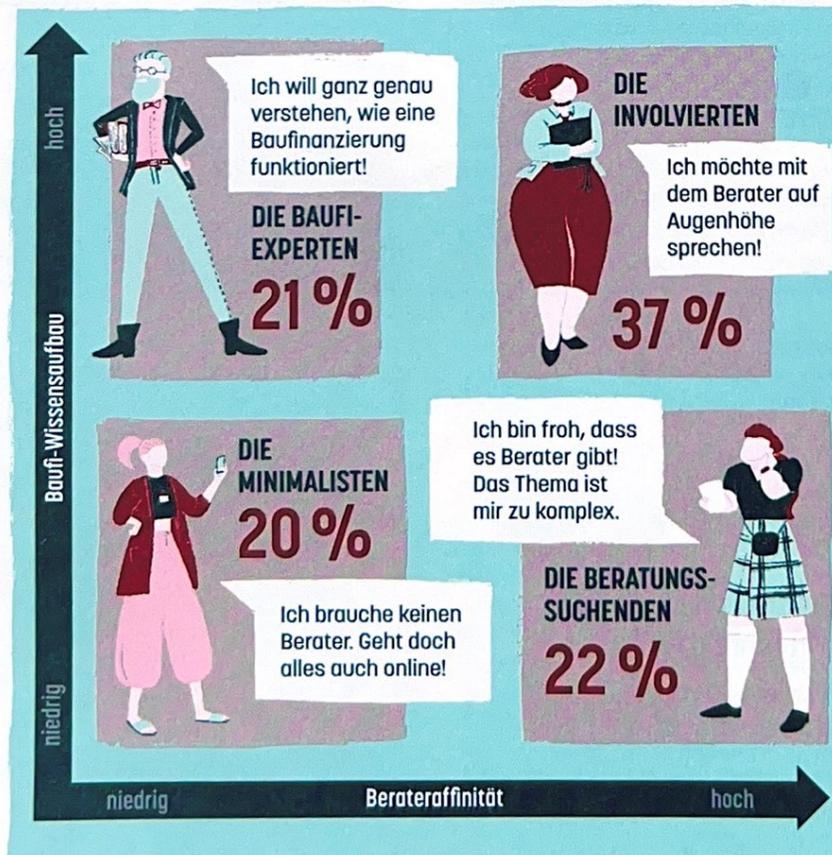
KENNSTE EINEN, KENNSTE ALLE!

Wer heute seine Kunden zum Abschluss abholen will, konzentriert sich nicht auf das Wer, sondern das Warum. Wer die vier Kundentypen der Baufinanzierung kennt, kann gezielter auf deren Bedürfnisse eingehen.

- TEXT: NINA MÜLLER-PELTZER -

DIE VIER BAUFINANZIERUNGSTYPEN

Charakteristisch für jeden Typ sind der BauWi-Wissensaufbau und die Berateraffinität.



Marktanalysen und Zielgruppendefinitionen gehören zum Einmaleins einer fundierten Beratung. Doch die Einteilung der Menschen in Archetypen und Persönlichkeitsbilder greift oft zu kurz. Sie verrät dem Berater zwar viel über den Charakter seiner Kunden, aber nicht das, was er wissen muss, nämlich: was sie wirklich wollen. Für eine genauere Kundensegmentierung hat die Europace AG 474 Personen zu ihren Bedürfnissen und Verhaltensweisen im Informations- und Entscheidungsprozess einer Baufinanzierung befragt und konnte daraufhin vier Verbrauchertypen identifizieren.

DIE INVOLVIERTEN

Als größtes Segment der potenziellen Baufinanzierungskunden stellte sich dabei die Gruppe der sogenannten Involvierten dar. Sie informieren sich umfangreich und bauen gleichzeitig stark auf die Expertise ihres Beraters. Mit ihm suchen sie den Austausch auf Augenhöhe, um gemeinsam das beste Gesamtpaket zu finden. Sie verlassen sich auf den Berater und erwarten eine exzellente Beratung. Gleichzeitig setzen sie für sich voraus, den Prozess der Finanzierung zu verstehen und sich innerhalb dessen sicher bewegen zu können. Ihr Schwerpunkt liegt oft auf einer flexiblen Finanzierung. Ihr stärkstes Bedürfnis ist, die Situation in der Rentenzeit möglichst genau abzuklären.

DIE BERATUNGSSUCHENDEN

Zweiter Kundentyp sind die Beratungssuchenden. Sie verlassen sich mit großem Vertrauen auf den Berater und Empfehlungen aus dem persönlichen Umfeld. Sie sind nicht gewillt, viel Zeit in das Thema BauFi-

n = 474 (potenzielle) BauFi-Kunden

Quelle: Onlinebefragung Verbrauchersegmentierung (2020)

Was sind die tatsächlichen Kundenbedürfnisse und wie werden sie zur Triebfeder einer Entscheidung?

finanzierung zu stecken, im Prozess liegt der Fokus vor allem auf der Immobilie. Die Finanzierung ist Mittel zum Zweck und wird eher als zu akzeptierendes Übel wahrgenommen. Die Gruppe handelt intuitiv, hört vorwiegend auf ihr Bauchgefühl bezieht bei ihrer Entscheidung höchstens noch die Höhe des Zinses mit ein.

DIE BAUFI-EXPERTEN

Als dritter Kundentypus wurden die Baufi-Experten ermittelt. Für sie zählen Zahlen,

Daten und Fakten. In einer ausführlichen Internetrecherche holen sie erste Vergleichsangebote ein und bewerten diese nach rein rationalen Gesichtspunkten. Hier spielt der Faktor der Gesamtkosten die größte Rolle. Dafür möchten sie den Prozess vollumfänglich und detailliert verstehen und nehmen sich besonders viel Zeit für Recherche und Vergleich. Ein weiterer zentraler Faktor ist für sie, unabhängige Informationen zu erhalten, da sie Beratern eher skeptisch gegenüberstehen.

DIE MINIMALISTEN

Als letzte Gruppe wurden die Minimalisten identifiziert. Hier handelt es sich vor allem um jüngere Baufinanzierungskunden. Sie wollen den Prozess der Baufinanzierung zwar verstehen, aber dafür möglichst wenig Zeit investieren. Dabei orientieren sie sich stark an den Angeboten und Informationen im Internet. Berater selbst nehmen Minimalisten eher als Verkäufer der Baufi wahr. Wenn nicht unbedingt notwendig,

verzichten sie weitestgehend auf Beratung. Insgesamt wird dem Thema nur so viel Zeit zugewilligt, wie es der Prozess erfordert. Im Fokus steht zunächst die Immobilie, erst wenn sie gefunden wurde, kümmern sich die Minimalisten um die Finanzierung. Anders als bei einer klassischen Zielgruppendefinition ermöglicht es die Verbrauchertypologie, in der Beratung noch gezielter auf die Wünsche der Kunden einzugehen. Denn die schwäbische Unternehmerin und der Kölner Musiker suchen ziemlich sicher genau das Gleiche: eine Finanzierung, die zu ihren Bedürfnissen passt. ■

EUROPACE-STUDIEN UND -INDIZES

Weitere Informationen zum Thema Baufinanzierung und Ratenkredit gibt es unter:

<https://report.europace.de/>

Würde sollte kein Konjunktiv sein.

In vielen Ländern, zum Beispiel in Kolumbien, Tschad und Kongo, werden Menschenrechte mit Füßen getreten. Wir wollen das ändern, weil jeder Mensch das Recht auf ein würdevolles Leben hat.
brot-fuer-die-welt.de/wuerde

Brot
für die Welt

Würde für den Menschen.