



Medium:

**Cash.**  
Das Kapitalanlage-Magazin

Ausgabe:

**Immobilien-Special 2008**



## Fit für das Rennen ums **Baufinanzierungs geschäft?**

Creditweb ist der Baufinanzierungspartner für Finanzdienstleister. Mit Produkten, die der Markt fordert und Support, den sich der Finanzvertrieb wünscht – ein Vorsprung im Wettbewerb.

Das Geschäftsumfeld des Finanzdienstleisters wurde nicht nur im Baufinanzierungsbereich anspruchsvoller:

- Finanzprodukte werden komplexer.
- Gesetzliche Vorschriften fordern eine umfangreichere Dokumentation.
- Der Endkunde ist durch die Online-medien breiter informiert als früher – wenn auch nicht unbedingt besser!
- Der Endkunde ist auch preissensibler.
- Jeder Anbieter hat ein anderes System der Antragstellung.

### ■ Tiefe der Zusammenarbeit selbst bestimmen

Das B2B-Angebot des Baufinanzierungsvermittlers Creditweb orientiert sich an den geänderten Bedingungen des Marktes und an konkreten Zufriedenheitsbefragungen bei den Vertriebspartnern.

Ihnen ist in Anbetracht des angewachsenen Verwaltungsaufwandes besonders wichtig, dass die eigenen Arbeitsabläufe mit denen von Creditweb kompatibel sind. Reibungslos und effizient soll es sein, damit der Vertrieb

sich nicht mit Administration aufhält, sondern wertschöpfend draußen beim Kunden tätig ist – dort beraten und verkaufen kann.

Creditweb hat darauf reagiert: Jeder Vertrieb bestimmt selbst, an welcher Stelle der Prozesskette er die Staffel an Creditweb übergeben möchte: Vom Tippgeschäft bis zum schrankfertigen Geschäft.

### ■ Software oder Papier – alles funktioniert

Der Arbeitsfluss und das Provisionsmodell bei Creditweb umfassen alle Formen der Kooperationen: IT-Benutzer wählen den rein digitalen Weg über die Software-Schnittstelle; Vertriebe, die nach wie vor papierbasiert arbeiten, reichen Anträge „schwarz auf weiß“ ein. Diese flexible Gestaltung von Zusammenarbeit trägt der heterogenen Struktur der deutschen Finanzbranche Rechnung. Ein-Mann-Betriebe haben andere Anforderungen als große Vertriebe mit ihren eigenen Prozessen.

### ■ Wunschzettel der Finanzvertriebe

Auf dem Wunschzettel der Creditweb-Partner steht auch Marketingunterstützung und produktübergreifende Fortbildung.

Bezeichnend ist der Kommentar eines Vertriebspartners, den er nach einem Creditweb-Seminar an den B2B-Support richtete: „Eine einzige Tragbarkeitsberechnung in Ihrem Seminar ‚Gut beraten‘ hat mir mehr Abschlüsse eingebracht als ein ganzer Ordner mit Finanzierungsbedingungen. Informationen sind gut; gezielte, praxisorientierte Informationen sind besser.“ Gestützt werden diese Ergebnisse der Creditweb-eigenen Marktforschung auch durch andere Service-Befragungen, wie zum Beispiel die der maklermanagement.ag. Aus deren „Makler-Trendstudie“ geht hervor, dass Vertriebe die Angebotssoftware als wichtigstes Serviceangebot für Finanzdienstleister ansehen, gefolgt von Offline- und Online-Beratungstools sowie Fortbildungsmaßnahmen.

### ■ Antworten auf Anforderungen des Vertriebs

Creditweb hat Antworten auf diese Prioritätenliste der Finanzvertriebe er-



# Creditweb in der Presse.

Medium:

**Cash.**  
Das Kapitalanlage-Magazin

Ausgabe:

**Immobilien-Special 2008**

## Das Unternehmen



Geschäftsführer Creditweb  
Business to Business (B2B):  
Franz Schmidpeter

## Kurzporträt

### Baufinanzierung mit TÜV und Siegel

Die Creditweb Deutschland GmbH gehört zu Deutschlands führenden Vermittlern von privaten Baufinanzierungen. Durch Bündelung von Nachfrage nimmt Creditweb aktiv Einfluss auf die Produktgestaltung der Anbieter und kann so deutliche Produkt- und Zinsvorteile für seine Kunden erzielen. Creditweb bietet derzeit bereits über 2.000 unabhängigen Finanzdienstleistern die Nutzung seines Produktportfolios und seiner Finanzierungsexpertise an.

## NIEDERLASSUNGEN



STIFTUNG WARENTEST

**SPITZENANBIETER**

Für Verbraucher-Kunden. 2007  
von 84 geneigten Anbietern in  
allen 7 Modellkategorien unter dem Top 5

INFLANZ TEST 03/2007

STIFTUNG WARENTEST

**1. Platz**

Haarhaif mit NRW Förderkredit  
Im Test: 27 überregionale Anbieter  
ohne Filialnetz

INFLANZ TEST 03/2008

## Kontakt

Creditweb Deutschland GmbH  
Geschäftsbereich B2B  
Kreuzberger Ring 7e  
65205 Wiesbaden  
Tel.: 0800 – 27 27 772 (kostenfrei)  
E-Mail: b2b-support@creditweb.de  
Internet: www.creditweb-professional.de

106 Cash-Special Immobilien 2008

## SEMINARKONZEPT



arbeitet und folgende Bereiche innerhalb des B2B-Supports intensiviert:

### • Neues Fortbildungsangebot – Creditweb Kompakt-Seminare

Vertriebspartner wollen umfassend beraten sein. Nicht nur reine Produktdetails sollen vermittelt werden, sondern Informationen zu Marktpotenzialen sowie zu Tipps und Kniffs, wie man dem Darlehensnehmer zu einem langfristig cleveren und tragbaren Baufinanzierungskonzept verhelfen kann. Dahinter steht die Erkenntnis, dass der Finanzdienstleister auf Dauer einen Kunden nur dann an sich bindet, wenn er ihm das Quäntchen Mehrwert anbieten kann: In Form von speziellen Tilgungsfreistellungen zum Beispiel oder einem besonderen KfW-Fördertopf. Das neue Seminarkonzept von Creditweb deckt alle diese Anforderungen ab. Auf [www.creditweb-professional.de](http://www.creditweb-professional.de) sind alle Seminartermine bundesweit abrufbar.

### • Finanzierungssoftware

Die gerade aktualisierte Version der Creditweb Professional-Finanzierungssoftware hat viele Vorteile: Bonitätsprüfung anhand hinterlegter Kriterien der Bankpartner, automatisierte Plausibilitätsprüfungen, spezielle Auflistung der Tilgungsprodukte, Online-Übermittlungsfunktion der Darlehensanfrage, dynamischer Unterlagenanforderungsbogen, detaillierte Zins- und Tilgungspläne und viele weitere Funktionen, die täglich aktualisiert werden.

### • Marketingunterstützung, Neukundenakquisition und Bestandskundenpflege

Personalisierte Werbemittel mit eigenem Logo können Creditweb-Vertriebspartner über das neue Digitale Marketing Center (DMC) bestellen. Poster, Aufkleber, Internetbanner, Postkarten, Flyer und Akquisitionsbriefe

sowie Textbausteine gestaltet sich der Finanzdienstleister in diesem Werbemittel-Portal selbst und lädt sie als pdf- oder Word-Datei herunter. Für Broschüren, Flyer und Postkarten kann er im Printportal auch direkt einen Druckauftrag auslösen. Wenige Werkzeuge später hat er die individualisierten Werbemittel auf dem Schreibtisch. Auch Anzeigenvorlagen im Look & Feel der starken Marke Creditweb stehen dem Vertriebspartner zum Download bereit. Er versieht sie mit zwei Klicks mit seiner Adresse und dem Logo – und schaltet die Anzeige dann im Medium seiner Wahl vor Ort.

### • Niederlassungsnetz und fester Ansprechpartner

Creditweb baut sein Niederlassungsnetz stetig aus. Der Finanzdienstleister vor Ort braucht nicht nur eine Hotline, sondern auch einen heißen Tipp, wenn der Baufinanzierungsfall mal brenzlig ist. In zwölf Niederlassungen sitzt ein fester Ansprechpartner für jeden Vertriebspartner.

Baufinanzierung ist ein Geschäft, das auf Langfristigkeit ausgelegt ist. Wer in dieser für die Menschen so weitreichenden Entscheidung gut berät, hat eine Kundenbindung fürs Leben geschaffen. Und das ist das übergeordnete Ziel aller Maßnahmen des Vertriebspartner-Supports von Creditweb.



## DER AUTOR

**Franz Schmidpeter,**  
Geschäftsführer  
des größten  
unabhängigen  
Baufinanzierungs-  
vermittlers  
Creditweb