

Kreditplattformen

Bundesweit mit Regionalprinzip

Um die Finanzierungen über das Internet nicht allein den überregional tätigen Instituten zu überlassen, haben sowohl Genossenschaftsbanken als auch Sparkassen eigene Vertriebsplattformen gegründet. Sie bieten den angeschlossenen Instituten gleich mehrere Vorteile: optimierte Vertriebsprozesse, Möglichkeiten zur Neukundengewinnung und eine optimale Software-Lösung.

Europace für Geschäftsbanken und freie Vermittler, Genopace für Genossenschaftsbanken und Finmas für Sparkassen: So lassen sich die von der Hypoport, einem Plattformanbieter für Finanzdienstleister, betriebenen Internet-Plattformen für die Immobilienfinanzierung beschreiben. Das Grundprinzip ist bei allen drei Plattformen das Gleiche. Sie ermöglichen es freien Vermittlern oder Banken, über das Internet das jeweils beste Finanzierungsangebot für ihre Kunden zu finden. Unterschiede gibt es allerdings in

den Details. So bietet Europace nicht nur Baufinanzierungen und die damit verbundenen Versicherungen, sondern vermittelt inzwischen auch andere Finanzierungen.

Der gemeinsam mit dem Ostdeutschen Sparkassenverband im Oktober 2009 gegründete Finanzmarktplatz für Sparkassen (Finmas) bietet die Produkte der Sparkassen über fremde Vertriebe an. Und die zusammen mit mehreren Unternehmen aus dem Genossenschaftsverband sowie der DSL Bank im März 2008 gegründete Genopace

ermöglicht es Genossenschaftsbanken, aus den Partnerangeboten das beste Produkt für ihre Kunden zu finden.

Doch die Plattformen bieten den ihnen Angeschlossenen noch zusätzliche Vorteile. „Der Vertriebsprozess wird deutlich vereinfacht“, erklärt Jens Fehlhauer, Geschäftsführer von Genopace. „Die Darlehensanfragen können schnell überprüft werden und das Geschäft kann dann mit Hilfe der Vertriebssteuerung selbst abgeschlossen oder an Dritte vermittelt werden.“

Ein besonderer Vorteil liegt darin, dass durch die Software nur ein Antrag notwendig ist, der dann auf die Anforderungen aller angeschlossenen Institute hin geprüft wird. Der Produktanbieter wird also erst am Ende des Vertriebsprozesses ausgewählt. Doppelerfassungen der Daten im Vertrieb sind damit ausgeschlossen.

Neben den optimierten Prozessen spielt für die Banken allerdings auch der Marktzugang eine wichtige Rolle. „Die Partner von Genopace sind in der Lage in Ihrem eigenen regionalen Markt Neukunden über das Internet zu gewinnen“, so Fehlhauer. Damit können die Institute unter Einhaltung des Regionalprinzips solche Anfragen bedienen, die sich in ihrem regionalen Markt ergeben.

Derzeit sind 35 Volks- und Raiffeisenbanken bei Genopace als Produktnehmer angeschlossenen. Bis 2012 soll es dann eine deutlich dreistellige Anzahl an Instituten sein. Dafür ist es allerdings notwendig, dass die erforderlichen Schnittstellen zu den genossenschaftlichen Rechenzentren stehen. „Bis dahin wollen wir aber auch noch einige andere Vorhaben umsetzen“, betont Fehlhauer. So ist die Vernetzung der angeschlossenen Banken untereinander geplant. „Sie können sich denn Anfragen zuleiten, beispielsweise, wenn der Kunde außerhalb des Geschäftsgebietes der Bank eine Immobilie erwerben möchte.“

Margaretha Hamm