

Aktuelle Trends in der Wohnungsbaufinanzierung

Bedeutung von Internet und Finanzierungsplattformen für Preise und Volumen in der Immobilienfinanzierung

Für die Online-Präsentation von Immobilien reichen herkömmliche Fotos nicht mehr aus. Drei Viertel der potenziellen Käufer wünschen sich als Entscheidungshilfe virtuelle Panoramarundgänge durch die avisierte Immobilie. Und auch wenn es um mögliche Finanzierungslösungen geht, greifen immer mehr Menschen auf die Möglichkeiten des weltweiten Datennetzes zurück, um Preise und Bedingungen zu vergleichen. So verlagert sich die Gewinnung von Neukunden von den Filialen in das Internet. Allerdings ist bei Weitem nicht jeder Online-Auftritt eines Kreditinstituts darauf ausgerichtet, wie der Autor weiß. Hier kommen Marktplätze und Plattformen ins Spiel, was aber nicht zwangsläufig zu niedrigeren Konditionen führen muss. (Red.)

Die Digitalisierung macht auch vor der Bankenbranche keinen Halt – sei es im Bereich des Online-Banking, der Videoberatung oder der Kontoführung mittels Apps. Der Kunde von heute agiert zunehmend unabhängig von der Bankfiliale. Auch im Bereich der Baufinanzierung hat sich das Kundenverhalten bereits nachhaltig verändert.

Vor einigen Jahren noch informierte sich der potenzielle Baufinanzierungskunde bei fünf bis sechs Banken. Heute informieren sich bereits 75 Prozent aller Interessenten einer privaten Wohnbaufinanzierung im Internet und vergleichen dort die Konditionen verschiedener Banken und Hypothekemakler. Aufgrund der technischen und medialen Entwicklung ist der Markt heute sehr transparent und der Baufinanzierungsinteressent geht dank der Informationsfülle mit einem hohen Kenntnisstand in das Beratungsgespräch. Trotz allem wird er meist nicht den Direktabschluss im Internet suchen, schließlich handelt es sich in der Regel um die größte Investition seines Lebens. Online fällt der Interessent die Entscheidung, mit welcher Bank oder

welchem Hypothekemakler er ein Baufinanzierungsgespräch führen wird. Das Internet ist somit zu einem wesentlichen Instrument der Neukundengewinnung geworden. Allerdings präsentieren sich die wenigsten Volks- und Raiffeisenbanken entsprechend im Web.

Nachholbedarf bei Kreditinstituten

Die Aktivität der Banken in diesem Bereich konzentriert sich oft auf die eigene Website. Die Möglichkeit zur Online-Finanzierungsanfrage ist dabei sehr häufig nicht vorhanden beziehungsweise für den Kunden nicht gut zu finden. Selbst wenn diese Möglichkeit besteht, ist es notwendig, dass potenzielle Neukunden auf den Online-Rechner geleitet werden. Andernfalls erreicht die Bank damit fast ausschließlich Bestandskunden. Um hier für eine entsprechende Nachfrage zu sorgen, ist es notwendig, dass die Volks- oder Raiffeisenbank auf Google beziehungsweise Vergleichsportalen präsent ist.

Die Tatsache, dass komplexe Produkte wie Baufinanzierungen in der Regel nicht im Internet, sondern in der Filiale abgeschlossen werden (ROPO-Effekt: Research Online, Purchase Offline), ist eine große Chance für die Volks- und Raiffeisenbanken. Sie haben eine sehr gute Offline-Marke, genießen aufgrund ihrer Beratungsqualität hohes Vertrauen und besitzen eine hervorragende Vor-Ort-Präsenz. Die Herausforderung ist nun, das gute Offline-Image in die Online-Welt zu übertragen und hier stärker „Flagge“ zu zeigen. Interessenten sollten

auf der Bank-Website nicht nur allgemeine Informationen finden, sondern auch die Möglichkeit haben, die Kondition für das individuelle Finanzierungsvorhaben selbst zu berechnen und eine Online-Anfrage zu starten.

Genopace, der internetbasierte Marktplatz für Volks- und Raiffeisenbanken, stellt seinen Partnerbanken ein Instrument zur Verfügung, das Real-Time-Konditionen erfasst und so bei einer Datenänderung die Kondition entsprechend anpasst. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang ebenfalls, dass nicht nur das eigene Produktangebot im Rahmen einer Online-Anfrage geprüft wird, sondern auch die Angebote der relevanten Verbundpartner für die private Wohnbaufinanzierung. So kann eine Volks- und Raiffeisenbank über ihre Website potenziellen Kunden auch die Möglichkeit geben, langfristige Zinsbindungen zu rechnen.

Ebenfalls wichtig für die Gewinnung von Neukunden ist die Listung auf Vergleichs- und Immobilienportalen. Hier vergleichen Baufinanzierungsinteressenten die Konditionen verschiedener Anbieter. Um bei diesen Vertriebskanälen eine entsprechende Qualität der Kreditanfrage sicherzustellen, ist es notwendig, dass der Kunde eine Antragsstrecke durchläuft, in der die relevanten Daten der Finanzierung erfasst werden. Im Gegensatz zur klassischen Offline-Anzeigenschaltung fallen hier erst Kosten an, wenn die Kundenanfrage – der sogenannte Lead – an die Bank weitergeleitet wird. Die Listung auf diesen Portalen ist in der Regel für die Volks- und Raiffeisenbank kostenfrei.

Trend zum Online-Vergleich

Die Einbindung von Kooperationspartnern wie der eigenen Immobilientochter, Bauträgern oder Maklern ist eine weitere Möglichkeit, den eigenen Radius zu erweitern. VR-Banken können auch hier einen Online-Konditionsrechner sowie eine Antragsstrecke für die Website zur Verfügung stellen. Durch die Hinterle-

Der Autor

Jens Fehlhauer

Geschäftsführer, GENOPACE GmbH, Berlin



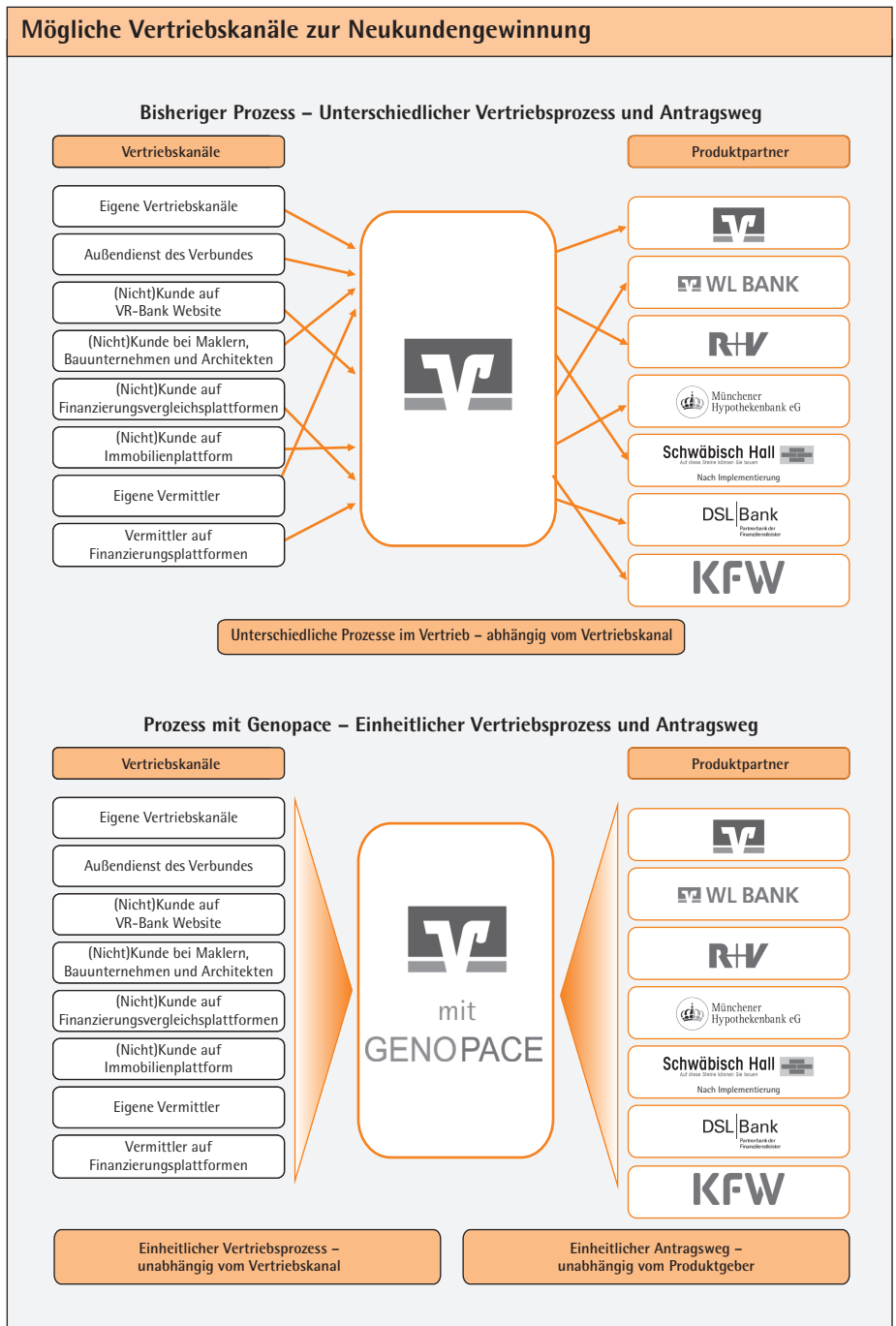
gung der Postleitzahlen des eigenen Geschäftsgebietes bleibt auch im Internet das genossenschaftliche Regionalprinzip gewahrt. Da die Kunden auch im Internet an regionalen Anbietern interessiert sind, ist dieser Vertriebskanal somit für alle Volks- und Raiffeisenbanken geeignet – unabhängig von deren Größe oder regionalen Lage. Banken, die sich der Neukundengewinnung im Internet öffnen, sollten berücksichtigen, dass sie hier nicht nur marktfähige Konditionen anbieten müssen, sondern gegenüber dem Interessenten eine schnelle Reaktionszeit auf die Anfrage gewährleisten sollten.

Wichtig für die Partnerbanken sind schlanke Prozesse und ein einheitlicher Vertriebs- und Antragsweg. Indem für die Website der jeweiligen Volks- und Raiffeisenbank Real-Time-Konditionsanzeigen, Konditionsrechner und Antragsstrecke zur Verfügung gestellt und Schnittstellen zu den Portalen sowie Möglichkeiten zum Fallimport angeboten werden, können die Daten einer jeden Anfrage – unabhängig vom Vertriebskanal – zentral in Genopace übertragen werden. Über jeden neuen Fall wird der Berater per E-Mail informiert. Die Plattform funktioniert insofern als „Eintragungssammler“, der die Anfragen aus verschiedenen Vertriebskanälen bündelt und sie in einem einheitlichen Prozess abbildet. Die Doppelerfassung von Daten und die manuelle Konditionspflege auf den einzelnen Portalen entfallen.

Hypothekemakler und Finanzierungsplattformen

Neben dem Trend zur Digitalisierung, die es dem Kunden ermöglicht, online Konditionen zu vergleichen, steigt auch die Bedeutung unabhängiger Hypothekemakler. Dieser Trend hat sich, gerade auch durch den oben skizzierten Trend zum Online-Vergleich, in den letzten Jahren dynamisch entwickelt. Da die großen Hypothekemakler auf den Online-Portalen präsent sind und vom Kunden gefunden werden, suchen immer mehr potenzielle Baufinanzierungskunden mit ihnen das Beratungsgespräch. Hypothekemakler reagieren sehr zeitnah auf eine Online-Anfrage und sind in der Lage, dem Kunden ein auf ihn individuell zugeschnittenes Finanzierungsangebot zu präsentieren.

Hierfür nutzen die meisten professionellen Hypothekemakler heutzutage eine der großen Finanzierungsplattformen,



über die aktuell bereits rund 15 Prozent aller privaten Immobilienfinanzierungen in Deutschland abgewickelt werden. Mit der Erfassung des Kundenwunsches werden in der Regel über 50 Produktanbieter verglichen. Zusätzlich werden dem Hypothekemakler auch alternative und angepasste Finanzierungsangebote vorgeschlagen, die zwar nicht vom Kunden gewünscht waren, aber aufgrund der bekannten Daten eine sinnvolle Alternative zum eigentlichen Finanzierungswunsch darstellen können.

Immer mehr Volks- und Raiffeisenbanken nutzen diesen Trend ebenfalls und stellen ihr Produktangebot auf Finanzierungsplattformen zur Verfügung.

Auch hier bleibt durch die Vorgabe der Postleitzahlen des eigenen Geschäftsgebietes das Regionalprinzip gewahrt. Da auch Hypothekemakler es schätzen, einen regionalen Ansprechpartner zur Verfügung zu haben, werden häufig Finanzierungslösungen der regionalen Volks- und Raiffeisenbank – sofern auf der Plattform vertreten – ausgewählt. Allerdings ist auch in der Zusammenarbeit mit Hypothekemaklern eine steti- ge Kontaktpflege für den Erfolg notwendig. Wichtig in der Zusammenarbeit sind neben marktgängigen Konditionen auch Verlässlichkeit in der Abbildung des Produktangebotes und eine professionelle und zügige Bearbeitung der Anfrage.

Neben der Grundkondition ist es sinnvoll, zusätzliche interessante Sonderoptionen anzubieten, wie zum Beispiel Tilgungssatzwechsel, eine Volltilgervariante oder Sondertilgungsoptionen. Da durch die Plattform alle von der Volks- oder Raiffeisenbank hinterlegten Finanzierungskriterien geprüft werden, erhält die Bank quasi eine „schränkfertige“ Kreditanfrage. Die Zusammenarbeit mit Vermittlern hilft somit bei der Erschließung neuer Kundenpotenziale und erhöht die Produktivität und Effizienz in den Vertriebsprozessen. Zudem wird eine rechtssichere Dokumentation – beispielsweise zu den Regularien der Verbraucherkreditrichtlinie – ermöglicht.

Nach einer Studie von Professor Klaus Fleischer von der Hochschule München sprechen heute schon etwa 30 Prozent der Kunden gezielt mit Hypothekemaklern. Bis zum Jahre 2015 prognostiziert Professor Fleischer, dass dies sogar rund

40 Prozent aller potenziellen Immobilienfinanzierer tun werden.

Neben dem veränderten Kundenverhalten durch Digitalisierung und dem Bedeutungszuwachs der Hypothekemakler stellen Regulierungsmaßnahmen wie Basel III eine wichtige Herausforderung für die Bankenbranche dar. Die Verschärfung der Eigenkapitalanforderungen wird das Kreditwachstum einzelner Banken begrenzen. Insofern wird die Vermittlung von Baufinanzierungen an andere Institute an Bedeutung gewinnen. So können Banken ihren Handlungsspielraum erhöhen und Eigenkapital für alternative Risikoarten freihalten. Institute, die dem Kunden das beste Angebot bieten möchten, werden zunehmend wie unabhängige Vertriebe agieren und auch fremde Produkte anbieten. Denn wer gewisse Kredite nicht mehr in die eigenen Bücher nehmen möchte oder kann, muss diese an andere Banken vermitteln, um den Kunden nicht zu verlieren.

duktstrategie in der privaten Immobilienfinanzierung auch eine Hausmeinung inklusive Einbindung der relevanten Produkte der Verbundpartner für die Beratung vorgibt. Wichtig in diesem Zusammenhang ist auch die Ansprache der Absicherung potenzieller Risiken während der Finanzierungslaufzeit. Die genossenschaftliche Finanzgruppe ist gerade hierfür hervorragend aufgestellt. Mit zwei Hypothekenbanken, einer Versicherung, die neben den klassischen Themen Absicherung auch Finanzierungslosungen anbietet, und der größten deutschen Bausparkasse sollte es möglich sein, jedem Kunden ein individuelles Finanzierungsangebot inklusive Risikoabsicherung anzubieten. Die genossenschaftliche Finanzgruppe bietet dafür die besten Möglichkeiten aller Bankengruppen.

Transparenz der Konditionen nimmt zu

Auch wenn gerade von Regionalbanken immer wieder das Argument vorgetragen wird, dass man schon einen sehr hohen Marktanteil vor Ort habe, seine Kunden kenne und aufgrund der Bekanntheit der eigenen (Offline)-Marke auch zukünftig Wachstum generieren wird, wird sich auch die genossenschaftliche Finanzgruppe den beiden oben beleuchteten Trends stellen müssen. Im Kundenfokus 2015 werden durch die BVR-Projekte Beratungsqualität und Web-Erfolg hierfür zum Teil die Weichen gestellt. Entscheidend für den zukünftigen Erfolg in der Neukundengewinnung im Geschäftsfeld privater Wohnbaufinanzierung wird es aber sein, dass der Kunde durch die oben skizzierten neuen Vertriebskanäle zur Volks- oder Raiffeisenbank gelangt. Erst dann kann er die gute Beratungsqualität erleben. Am Ende wird die Qualität in der Beratung in Kombination mit der Vielfalt der angebotenen Finanzierungsalternativen ein wichtiges Kriterium für den zukünftigen Erfolg sein.

Die Transparenz der Preise ist heute schon da und wird sich zukünftig eher noch verstärken. Transparenz heißt aber nicht zwangsläufig, dass der Kunde immer die günstigste Finanzierungsvariante wählt. Entscheidend sind pfiffige und individuell auf den Kunden zugeschnittene Finanzierungslosungen, die ohne Finanzierungsplattformen nur mit einem erheblichen Aufwand angeboten werden können. Insofern sorgen Plattformen dafür, dem Kunden das beste Preis- und Leistungsverhältnis zu ermöglichen.

Über Genopace

- Initiative der Volksbank Düsseldorf Neuss eG und der Volksbank Münster eG
- Web-basierte Plattform für die private Immobilienfinanzierung
- Gegründet im März 2008
- Einheitlicher Vertriebsprozess unabhängig vom Vertriebskanal
- Einheitlicher Antragsweg unabhängig vom Produktgeber

Gesellschafter – Knapp 50 Prozent der Gesellschafteranteile in der genossenschaftlichen Finanz-Gruppe

- Volksbanken: Volksbank Düsseldorf Neuss eG, Volksbank Münster eG
- Verbundpartner: MHB, WL BANK, R+V, BSH
- Technologiepartner: Hypoport AG

Transaktionsvolumen seit April 2008

- Mit über drei Milliarden Euro Transaktionsvolumen
- Über 20 000 Finanzierungen

Vertragspartner seit April 2008

- 100 Vertragspartner

Hypoport AG (2013)

- Technologiebetreiber der Europace-Plattform
- Transaktionsvolumen: über 31,0 Milliarden Euro (Baufinanzierung, Bausparen, Ratenkredite)
- Entspricht zirka zehn Prozent des deutschen Immobilienfinanzierungsmarktes
- Börsennotiert (Prime Standard), Umsatz: über 100 Millionen Euro
- Über 500 Mitarbeiter, davon über 100 Softwareentwickler

Genopace bietet den Partnerbanken die Möglichkeit, alle Produktpartner der genossenschaftlichen Finanzgruppe in einem einheitlichen Antragsweg anbieten zu können. Die angeschlossenen Partner werden dabei von der Kreditanfrage über die Kreditentscheidung und Wertermittlung bis zum Vertragsdruck unterstützt. So können abgestimmte Wertermittlungsverfahren und Darlehensverträge direkt aus dem System generiert werden. Indem der Berater durch die einmalige Eingabe von Kunden- und Objektdaten automatisch mehrere Finanzierungsmöglichkeiten angeboten bekommt, hat er die gesamte Produktpalette der genossenschaftlichen Finanzgruppe auf einen Blick und kann seinem Kunden die passende Baufinanzierung anbieten.

Die stetig steigenden Regulierungen werden den Druck auf die Bankbranche im Immobilienfinanzierungsbereich erhöhen. Eine Möglichkeit, den Wünschen des gut informierten Kunden gerecht zu werden, sind Finanzierungslosungen aus mehreren Produkten verschiedener Anbieter. Diese Produktkombinationen erfordern leistungsfähige Prozesse und Techniken. Da die Eigenentwicklung sehr aufwendig ist, stellt der Rückgriff auf etablierte Plattformen beziehungsweise Online-Marktplatzmodelle eine gute Alternative dar.

Zusätzlich ist es natürlich wesentlich, dass eine Volks- und Raiffeisenbank neben einer klaren Preis- und Pro-