

## Vertriebsstrategien

# Die gezielte Stärkung der Baufinanzierung bei MLP

Christian Stief

**Vor wenigen Jahren noch belächelt jagen mobile und internetgestützte Vertriebe den klassischen Filialbanken bei privaten Baufinanzierungen inzwischen spürbar Marktanteile ab. Gelungen ist dies mit dem gepflegten Image, sie würden Discount-Konditionen und anbieterunabhängige Beratung bieten. Ob beides immer stimmt, bedarf durchaus der Prüfung. Gleichzeitig erwiesen sich diese Vertriebe als beachtlich innovativ bei Kundenansprache und Produktgestaltung, wie der Autor nachweist. Um diese Stärken weiter auszubauen, kooperiert sein Haus jetzt auch mit einem spezialisierten Hypothekenbroker. (Red.)**

Nicht nur aufgrund der Hypothekenkrise ist derzeit sehr viel Bewegung im Markt für Wohnimmobilien. Nach Einschätzung der Feri Finance AG wird die durchschnittliche Rendite in diesem Bereich in den kommenden zehn Jahren deutlich auf rund 7,8 Prozent anziehen – in der zurückliegenden Dekade lag sie mit 5,4 Prozent merklich darunter. In Teilmärkten wie Berlin, Frankfurt am Main, Hamburg und München soll das Plus laut Feri im Schnitt sogar noch stärker auf 8,7 Prozent klettern.

### Steigende Renditen bei Wohnimmobilien

Dieser Aufschwung hat mehrere Gründe. Neben einer positiven Einkommensentwicklung und einer steigenden Anzahl an Single-Haushalten ist 2007 nach langer Zeit erstmals wieder der Geburtenrückgang gestoppt worden. Das zu Beginn vergangenen Jahres eingeführte Elterngeld zeigt hier offenbar Wirkung. In Zeiten, in denen Wohnen in den eigenen vier Wänden oder Vermieten wieder interessanter wird, wächst aber auch der Bedarf an kompetenter und umfassender Beratung.

Nach einer von Dr. Klaus Fleischer, Professor am Institut für Bank-, Finanz- und Investitionswirtschaft der Fachhochschule München durchgeführten umfragebasierten Analyse wird dabei der Anteil der heute noch marktbeherrschenden klassischen Bankfilialen am Geschäft mit Baufinanzierungen von 70 Prozent im Jahr 2005 auf nur noch 50 Prozent im Jahr 2010 zurückgehen.

Gewinner sind bei einem insgesamt nur leicht steigenden Neugeschäftsvolumen zuvorderst unabhängige Vermittler. Laut Professor Fleischer werden sie ihren Geschäftsanteil von zehn bis 16 Prozent im Jahr 2005 auf 30 Prozent ausweiten.

### Akademiker beraten Akademiker

MLP ist mit seinem Geschäftsmodell bestens für diesen Markt gerüstet. Kernelemente sind die Unabhängigkeit von Banken und Versicherungen, eine hohe Beratungsqualität und die Fokussierung auf die Zielgruppe Akademiker und andere anspruchsvolle Kunden. Über 2 600 Berater betreuen rund 705 000 Kunden mit gehobenem oder höherem Einkommen. Dies ist genau die Klientel, die im Hinblick auf Immobilieneigentum einerseits Bedarf anmeldet und andererseits eine besonders ausgefeilte Beratung einfordert.

Ein Alleinstellungsmerkmal ist dabei der hohe Anteil von MLP-Beratern mit Universitätsabschluss. Während vier von fünf MLP-Kunden Akademiker sind, beträgt der Anteil unter den Beratern 85 Prozent. Die Gespräche finden also auf Augenhöhe statt. Im Gesamtmarkt zeigt sich ein ganz anderes Bild. Hier stehen einem Kundenanteil von 40 Prozent mit Abitur oder Diplom nur zehn

### Der Autor

**Christian Stief** ist Leiter Finanzierung bei der MLP Finanzdienstleistungen AG, Wiesloch.

Prozent gleichermaßen ausgebildete Finanzexperten gegenüber.

### Neue Gesellschaft „MLP Hyp“

Schon in der Vergangenheit war die private Baufinanzierung eine wichtige Ergänzung des ganzheitlichen MLP-Beratungsansatzes. Grundidee ist dabei die lebenslange Betreuung. Denn MLP gewinnt einen großen Teil seiner Kunden an der Universität. In den ersten Jahren nach dem Berufsstart stehen dann die Absicherung existenzieller Risiken und der Aufbau einer adäquaten Alters- und Gesundheitsvorsorge im Mittelpunkt. Mit steigendem Alter rückt aber auch das Thema Immobilie verstärkt in den Fokus.

Bereits in den vergangenen Jahren hat das Unternehmen sein Finanzierungsvolumen regelmäßig auf zuletzt rund 1,2 Milliarden Euro im Jahr 2006 gesteigert. Mit der Gründung von MLP Hyp, einem Joint Venture mit Interhyp, wurde Ende des vergangenen Jahres nun der Grundstein gelegt, das vorhandene Potenzial künftig noch konsequenter auszuschöpfen.

Für Immobilienkäufer und Hausbauer, Renovierer und Sanierer sind mit diesem neuen Konzept enorme Vorteile verbunden. Der größte resultiert aus der Tatsache, dass MLP absolut unabhängig von den Produktinteressen der jeweiligen Anbieter agiert und als Makler für die Kunden die individuell am besten passende Finanzierungslösung anbieten kann. Dies verschafft einen deutlichen Vertrauensvorsprung vor Bankinstituten, Versicherungsvertretern oder Bausparkassen.

### Was will der Kunde?

Der derzeit noch am häufigsten gewählte Partner – die Haus- oder Filialbank – ist dagegen an die eigenen Produkte gebunden – unabhängig, ob das Angebot tatsächlich zum Bedarf des Kunden passt. Entsprechend dürftig fällt oft die eigentliche Beratung aus. Oftmals erfolgt diese – insbesondere bei Anschlussfinanzierungen – sogar ausschließlich auf dem Postweg.

MLP-Experten hingegen können – neben ausgewählten Regionalbanken – auf Angebote und Konditionen von rund 50 unterschiedlichen Kreditinstituten zurückgreifen. Und sie können darüber hinaus das beste Ergebnis

ohne zeitliche Verzögerung auch für die aktuell gewünschte Finanzierung zur Verfügung stellen.

Das neue Angebot deckt sich mit den von Professor Fleischer resümierten Erkenntnissen aus der Befragung. Finanzvermittler werden künftig nicht nur durch ihre Kooperation mit effizienten Bankpartnern und den hohen Wirkungsgrad ihres Vertriebes verstärkt eine Schlüsselposition einnehmen. Vielmehr bieten sie nach Ansicht der Befragten gute Konditionen, beraten und betreuen mit ausgesprochener Fachkompetenz und bringen ihren Kunden Ehrlichkeit und Fairness entgegen.

### Trend zum unabhängigen Finanzvermittler

Kunden sind neben einer persönlichen Beratung maßgeschneiderte Finanzierungsprodukte und eine Angebotsauswahl zwischen mehreren Gesellschaften besonders wichtig. Daneben stehen auf der Wunschliste an vorderer Stelle innovative Finanzierungsprodukte, schnelle und einfache Bearbeitungsprozesse sowie natürlich günstige Konditionen. Dass Letzteres ohnehin zur Tagesordnung gehört, zeigt auch Professor Fleischer in einem Resümee seiner Darstellung. Finanzvermittler bieten demnach gegenüber den Filialbanken einen Zinsvorteil von rund 0,4 Prozent. Durch aggregierte Volumen liegen auch die Konditionen von MLP Hyp deutlich unter den Angeboten klassischer Filialbanken.

Bei MLP profitieren Kunden dabei von der größten Produktauswahl aller in Deutschland tätigen Anbieter. Und dies gilt nicht nur für komplette Immobilienfinanzierungen, sondern auch bei der Frage nach Modernisierungsdarlehen oder Geldern für energiesparende Umbauten. Am Markt verfügt MLP hierdurch über ein Alleinstellungsmerkmal.

### IT-Unterstützung in der Beratung

Die Immobilienfinanzierung bei MLP ist neben der breiten Produktauswahl im Wesentlichen geprägt durch zwei Komponenten: die IT-Anwendung sowie den umfassenden Beratungsansatz. Bei der Auswahl der passenden Finanzierung kann der Berater auf klassische Annuitätendarlehen ebenso zugreifen wie auf Konstantmodelle, Forward-Darlehen, Darlehen gegen Tilgungsaussetzungen, variable Darlehen oder Cap-Finanzie-

rungen. Auch die Absicherung gegen Arbeitslosigkeit, Berufsunfähigkeit oder die Zahlung einer Vorfälligkeitsentschädigung kann er dabei mit einschließen. Unterschiedliche Sondertilgungsformen sind ebenfalls verfügbar.

Herzstück der gestärkten Immobilienfinanzierung ist die neue Anwendung von MLP Hyp, die den Berater in der Kundenbetreuung leistungsfähig, schnell und sehr intuitiv unterstützt. So lässt sich zum Beispiel in nur zwei Minuten eine genaue Zinsindikation für den Kunden ermitteln. Mithilfe unterschiedlichster Rechner lassen sich Vorfälligkeitsentschädigung, die Gegenüberstellung von Miete und Kauf oder komplexe Tilgungsverläufe errechnen.

### Betonung des Alleinstellungsmerkmals

Entscheidend ist jedoch die umfassende Beratung. Grundlage dafür ist ein tief greifendes Know-how der Berater; bereits im Rahmen der zweijährigen Grundausbildung an der „MLP Corporate University“ ist die Immobilienfinanzierung deshalb ein zentraler Bestandteil. Im Gespräch ermittelt der Berater zunächst den gewünschten und maximalen Finanzierungsspielraum des Kunden. Dabei berücksichtigt er grundsätzlich die zusätzlichen Nebenkosten (etwa Gebühren für den Notar, das Grundbuch oder das Finanzamt). Es folgt die Analyse der individuellen Kundensituation und die darauf abgestimmte optimale Auswahl von Finanzierungsprodukt, Zinsbindung, Sondertilgungsmöglichkeit oder die Einbindung der passenden Fördermittel (zum Beispiel der KfW).

Bei laufenden Finanzierungen errechnet der Berater, ob sich für den Kunden eine vorzeitige Rückzahlung (gegen Zahlung einer Vorfälligkeitsentschädigung) oder ein Forward-Darlehen rentiert. Ein 30-köpfiges Expertenteam in der MLP-Zentrale unterstützt den Berater bei Bedarf und stellt sicher, dass die Unterlagen entsprechend aufbereitet an die Banken hinausgehen.

Aus alledem wächst am Ende ein Ergebnis zusammen, das höchsten Kundenansprüchen standhält. Und mehr noch. Resultat wie Beratung werden in eine ganzheitliche Strategie eingebettet, die weit über die reine Immobilienfinanzierung hinausgeht und auch sämtliche Themen rund um die Vorsorge oder Geldanlage einbezieht. ■

## Neu im Programm:



Christoph Frhr. v. Stillfried  
**Integrierte Steuerung  
des Multikanalvertriebs  
in Banken**

2008. 280 Seiten, geb., € 67,00.  
ISBN 978-3-8314-0816-0.

Der rasante Fortschritt der Kommunikationstechnologie hat eine Verhaltensänderung der Bankkunden bewirkt – die Abwicklung von Bankgeschäften über Internet und Callcenter ist für viele selbstverständlich geworden. Für die Banken bedeutet dies jedoch mehr als nur die Bereitstellung einer funktionsfähigen Infrastruktur der medialen Kanäle. Insbesondere bei deren Koordination stoßen die eigentlich für den Filialvertrieb entwickelten Steuerungssysteme an ihre Grenzen.

Christoph von Stillfried setzt sich mit den bestehenden Koordinationsproblemen auseinander und entwirft ein praxistaugliches System zur integrierten Steuerung sämtlicher Vertriebskanäle einer Bank.

**Fritz Knapp Verlag**

60046 Frankfurt am Main

Postfach 11 11 51

Telefon (069) 97 08 33-21

E-Mail: [vertrieb@kreditwesende.de](mailto:vertrieb@kreditwesende.de)