

Vertriebskanäle der Baufinanzierung bündeln

Von Thilo Wiegand

vernetzt
vernetzt

Bildquelle: 486639_R_K_B_by_Gerd Altmann, pixelio.de

Eindimensionale Zugangswege über die Geschäftsstelle gibt es auch in der Baufinanzierung immer weniger. Plattformen dienen deshalb nicht nur dazu, Prozesse zu automatisieren, zu standardisieren und damit zu beschleunigen. Sondern über die Öffnung der eigenen Produkte für angebundene Vermittler erweitern sie auch den Marktzugang. Bei den PSD-Banken werden mittlerweile zehn Prozent des Geschäfts auf diesem Weg abgeschlossen. Red.

Die Zeiten, in denen der Kunde seinen Finanzierungsantrag mehrheitlich bei der regionalen Bank seines Vertrauens stellte, sind vorbei. Kreditinstitute, die ausschließlich auf tradierte Zugangskanäle vertrauen, werden Mühe haben, ihre Kreditbestände zu halten. Wachstum ohne die Erschließung weiterer Zugangskanäle ist schwer vorstellbar. Folgerichtig hat sich in modernen Häusern die Multi-Channel-Strategie etabliert: Neben dem persönlichen Beratungsgespräch in der Filiale oder im Außendienst ist die Generierung von Leads über das Internet für viele Institute inzwischen fester Bestandteil des Vertriebsprozesses. Sie werden über den eigenen Webauftritt der Bank, Online-Finanzvergleiche oder Immobilienportale gewonnen.

2020 sollen 80 Prozent der Erträge im deutschen Privatkundengeschäft über digi-

tale Kanäle abgeschlossen beziehungsweise durch diese beeinflusst werden, so das Ergebnis der aktuellen Privatkundenstudie der Managementberatung ZEB. Außerdem gehen seriöse Studien davon aus, dass bis zu 40 Prozent des Neugeschäfts in der Baufinanzierung künftig über Vermittler zustande kommen. Eingehende Anfragen über diese multiplen Kanäle stellen Bankmitarbeiter vor die Herausforderung, die heterogenen Datenhaushalte von unterschiedlichen Lieferanten effizient in einen einheitlichen Kreditprozess zu überführen und kostengünstig zum Abschluss zu bringen. Hatten Kreditinstitute in der Vergangenheit noch aufwendig ihre Kreditprozesse für einen tendenziell eindimensionalen Zugangsweg optimiert, sehen sie sich heute mit dieser erheblichen Herausforderung konfrontiert. Schließlich macht es wenig Sinn, die Erträge aus den neu über das Internet generierten Geschäften in aufwendigere Kreditprozesse zu investieren.

Die neue Komplexität in der Bearbeitung des Geschäftes erfordert eine ebenso moderne Abwicklungstechnologie. Moderne Plattformen bieten diese Technologie heute: Unabhängig vom Zugangsweg bieten webbasierte Plattformen vollintegrierte

Abwicklungsprozesse, die Banken eine wirtschaftliche Abwicklung des Geschäftes aus allen Kanälen ermöglichen. Darüber hinaus halten diese Plattformen sogar die Anbindung an andere Kreditgeber bereit, um Kreditwünsche der Kunden, die man nicht in die eigenen Bücher nehmen möchte, bei anderen Anbietern zu decken.

Erweiterung des Marktzugangs

Im Zuge der erwarteten Marktentwicklungen bieten moderne Plattformen also ein Geschäftsmodell, das Banken hinsichtlich Kosten, Geschwindigkeit und Qualität der Auftragsbearbeitung Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Marktteilnehmern sichern kann.

Durch automatisierte, standardisierte und beschleunigte Prozesse können über Plattformen Aufträge effizienter verarbeitet werden, und die Automatisierung der Prozessabläufe kann ein erster Schritt zur Erschließung neuer Marktanteile sein. Ein Beispiel für die Erweiterung der Kanäle ist die Öffnung der eigenen Produkte für Vermittler, die an die Plattform angebunden sind. Die Optimierung der Abwicklungsprozesse versetzt die angebundene Vermittler in die Lage, individualisierte Angebote der Bank unter Berücksichtigung aller preisbestimmenden Faktoren selbstständig und ohne Zeitverlust zu ermitteln und direkt aus dem System an den Kunden zu übermitteln. Der Kunde erhält ein auf ihn zuge-

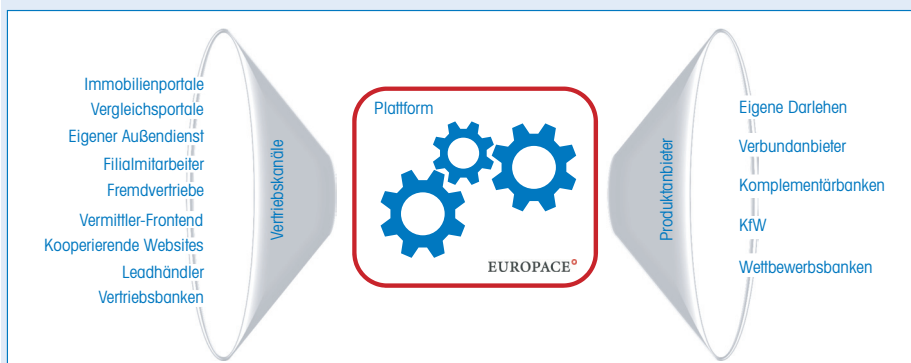
Zum Autor

Thilo Wiegand ist Mitglied des Vorstands der Hypoport AG, Berlin.

Einheitlicher Antragsweg und Vertriebsprozess über Plattformen

Plattformen bündeln sämtliche Prozessschritte der Kreditvermittlung. So wird automatisiert festgelegt, welche Vertriebe mit welchen Rechten Kredite vermitteln dürfen. Dafür muss die Plattform sämtliche entscheidungsrelevanten Daten für die Darlehensgeber aufnehmen können. Dabei sind im Kontext verschiedener Kundenprofile von Fall zu Fall andere Folgedaten zu erfassen (etwa zur Bonität der Schuldner und die Struktur der Sicherheiten). Da sich Entscheidungskriterien bei Banken häufig ändern, muss das System in der Lage sein, dynamisch zu reagieren, um alle Objekt- und Bonitätskriterien sauber abzubilden. Dies stellen Plattformen über ein regelbasiertes System sicher, das die je-

gungspläne erstellen. Hat der Kunde sich für ein Angebot entschieden, kann auf Knopfdruck der gewünschte Zins reserviert werden. Hat sich der Kunde dann innerhalb der jeweiligen Angebotsfrist für die Annahme der Offerte entschieden, können die notwendigen Kreditdokumente komfortabel aus der Anwendung generiert werden. Hierbei füllt das System dynamisch und basierend auf den Regeln des Darlehensgebers die Kreditdokumente (Darlehensvertrag, Schufa-Auskunft, Kreditvorlage, et cetera.) mit den relevanten Daten und generiert die individuelle Liste der einzureichenden Unterlagen. Nach der Einreichung werden diese Unterlagen wieder digital im System hinterlegt und dem



weils aktuellen Entscheidungsregeln eines Kreditgebers auf die erfassten Daten anwendet und im Anschluss die exakte risikoadjustierte Kundenkondition ermittelt. Die folgende Produktkonfiguration wird durch das Produktangebot der Darlehensgeber bestimmt, für die eine positive Vorentscheidung getroffen wurde. Hierzu zählen beispielsweise Zinsbindung, Rückzahlungsoptionen oder die bereitstellungszinsfreie Zeit. Die Plattform muss die Generierung mehrerer Angebotsvarianten für den Kunden unterstützen und für jede Variante Informationsmaterial wie Haushaltsrechnung, Objektbewertung und Til-

Produktanbieter für die Kreditprüfung sichtbar geschaltet. Darauf basierend kann der Produktgeber im System die Entscheidung herbeiführen. Durch entsprechende Systemhinweise und Statusmeldungen bleibt der Vertriebspartner über Auszahlungen bis hin zur eigenen Provisionsabrechnung informiert.

Hypoport bietet mit speziellen Lösungen für Privatbanken, Genossenschaftsbanken und Sparkassen die Möglichkeit, über die Plattformen Europace, Genopace und Finmas Leads im Internet einheitlich zu generieren.

schnittenes Angebot, ohne dass ein Bankmitarbeiter eingeschaltet werden musste.

Je nach Marktlage und Attraktivität des eigenen Produktangebots nutzen an Plattformen angeschlossene Banken heute zunehmend auch die Option, selbst die Vermittlerrolle einzunehmen und aktiv an Drittinstituten zu vermitteln. Damit schützt sich die Bank vor dem möglichen Verlust der Kundenbeziehung und hat zudem die Möglichkeit, Einmalerträge aus der Kreditvermittlung zu generieren. Über die Öffnung für Vermittler hinaus können Plattformbanken über individuelle Plattform-Frontends den eignen Filialvertrieb effizient ergänzen und selbst Leads im Internet generieren. Kunden füllen online Anforderungskriterien aus, und die Qualifizierung des Antrages sowie die persönliche Beratung werden über Call-Center ermöglicht. Das anschließende Clearing wird bei Bedarf ebenfalls über die Plattform bereitgestellt. Dies führt zu deutlichen Kostenvorteilen: Der Kunde erhält die günstigen Onlinekonditionen der angebotenen Darlehensgeber, die Abwicklungsgeschwindigkeit steigt und es fallen keine Bearbeitungsgebühren an.

Geschäftsmodell für Genossenschaftsbanken

Aus dem PSD-Bankenbereich wurde jüngst verlautbart, dass die Mitglieder bereits etwa zehn Prozent des Neugeschäftes im Baufinanzierungsbereich über Vertriebsplattformen generieren. Dieses Beispiel zeigt, dass auch Genossenschaftsbanken mit lokal und regional gewachsenen Strukturen durch den Einsatz von Vertriebsplattformen den immer wichtigeren Internetvertrieb für sich nutzen können.

Auch die Volksbank Münster eG als regional verankerte Primärbank setzt eine Vertriebsplattform ein, um schnell den richtigen Partner für die Finanzierung zu finden. Die Baufinanzierungsberater gewinnen durch den Einsatz der Plattform Beratungszeit und können sich intensiver auf den Kunden

konzentrieren, indem sie die Abwicklung der Antragsprozesse dem standardisierten System überlassen. Die Dauer der Vertragsausfertigung für den Endkunden wurde auf fünf Tage reduziert, und durch die Standardisierung wurde auch die Einheitlichkeit der Konditionsangebote an den verschiedenen Bankstandorten sichergestellt. Laut Andreas Ellebracht, Leiter der Baufinanzierung der Volksbank Münster, muss eine regionale Genossenschaftsbank außerdem online auf sich aufmerksam machen, um von Kunden wahrgenommen zu werden. Denn über 80 Prozent der Kunden örtlicher Genossenschaftsbanken informierten sich heute vor einem persönlichen Beratungsgespräch zunächst im Internet. Der Ansatz, über Online-Vertriebsplattformen ein neues Geschäftsmodell einzuführen, müsse allerdings von den Vorständen mitgetragen

werden, um erfolgreich zu sein. Aufgrund ihres soliden Geschäftsmodells hätten die Genossenschaftsbanken seit der Krise im Bankensektor deutlich Marktanteile gewonnen. Hier gibt es noch große Potenziale, die durch eine offensive Vertriebspolitik und eine kompetente Beratung ausgeschöpft werden könnten.

Professionalisierung der Geschäftsbeziehungen

Hier setzen Plattformen an: Seit gut eineinhalb Jahren unterstützt die Genopace-Plattform Genossenschaftsbanken dabei, gestiegene Marktanteile weiter auszubauen und ihre Geschäftsbeziehungen zu professionalisieren. Sie ermöglicht es, in ihren lokal und regional gewachsenen

Strukturen das immer bedeutsamere Internetgeschäft für sich nutzbar zu machen. So erhalten Genossenschaftsbanken die Chance, als solide Anbieter vor Ort weitere Zugänge zum Kunden zu öffnen.

Schon die InnoValue-Studie 2009 zeigte, dass Banken in den Schnittstellen zum Kunden den größten Stellhebel für die erfolgreiche Entwicklung im Privatkundengeschäft der Zukunft sehen. Dieser Erwartung können Produktanbieter über sämtliche Bankengattungen hinweg durch den Einsatz von Vertriebsplattformen gerecht werden. Plattformbetreiber tragen dabei den Anforderungen der Zukunft Rechnung, indem sie ihre Anwendungen zeitgemäß weiterentwickeln und kontinuierlich die Erfolgchancen für die angebotenen Vermittler und Produktanbieter steigern. ■■■■

+ + + Marktplatz + + + Marktplatz + + + Marktplatz + + + Marktplatz + + +

Pinnwand Ihrer Branchen-Dienstleister

 **Die Innovation für das Online-Banking!**



opTAN touch

KOBIL Systems GmbH
 Pfortenring 11
 67547 Worms
 phone +49 6241-3004-0
 fax +49 6241-3004-80
 info@kobil.com
 www.kobil.com

KOBIL 
 secure your identity

HUNGRSNOT OSTAFRIKA
Eine Spende ist das schönste Geschenk!



Spendenkonto 10 20 30,
 Sozialbank Köln (BLZ 370 205 00)
 Stichwort: „Ostafrika“. Oder online spenden unter:
 www.Aktion-Deutschland-Hilft.de



Aktion Deutschland Hilft
 Das Bündnis der Hilfsorganisationen

Ihre Marktplatzanzeige – Interesse?
Tel. 069-97083343



EFDIS
 Banken Software

EFDIS AG – Professionalität und Fortschrittlichkeit
 Die EFDIS AG ist ein innovativer Dienstleister für Banken mit einer umfassenden Leistungspalette. Wichtigster Erfolgsfaktor ist die fortschrittlich designte, vollständig parametrisierbare und real-timefähige Standard-Anwendung EFDIS.CIFRA. Basierend auf EFDIS.CIFRA bietet die EFDIS AG neben der Lizenzvergabe auch ein umfassendes Outsourcing-Paket mit integriertem Rechenzentrums-Betrieb sowie Business Process Outsourcing an.

EFDIS.CIFRA – Bestnoten für Funktionalität und Handhabung
 EFDIS.CIFRA ist universell und unabhängig vom Geschäftsmodell der Bank einsetzbar. Da EFDIS.CIFRA menskalierbar ist, können auch hohe Transaktionsvolumina bei gleich bleibender Performance verarbeitet werden.

EFDIS AG Bankensoftware
 Frau Kirsten Klosin
 Vorstand
 Marienplatz 5
 D-85354 Freising
 Telefon +49-8161-5373-440
 Telefax +49-8161-5373-590
 E-Mail: kirsten.klosin@efdis.de · info@efdis.de
 Homepage: www.efdis.de