Digitale **Förderkreditplattform** hilft den Vertriebspartnern

Von Petra Borisch

Bildquelle: by_Gerd Altmann_pixelio.de

Gemeinsam mit den Spitzeninstituten der beiden Verbünde sowie Postbank und Deutscher Bank plant die KfW im Rahmen ihres Modernisierungsprozesses einen durchgängigen und noch schnelleren Online-Antragsprozess für eine Vielzahl von Förderprodukten einzuführen. Damit soll das Durchleitungsprinzip im Vertrieb gestärkt werden, damit Förderbank und Vertriebspartner gemeinsam den wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Wandel in Deutschland begleiten können. Red.

Das Kundenverhalten hat sich in den letzten Jahren grundlegend verändert, immer mehr Bankkunden informieren sich im Internet und schließen ihre Bankgeschäfte online ab. Ein Trend, vor dem sich auch eine Förderbank nicht verschließen kann. Denn Förderprodukte wie die der KfW dienen nicht allein dazu, den Kunden eine möglichst günstige Finanzierung zu ermöglichen. Vielmehr geht es darum, den gesetzlichen Förderauftrag umfassend und effizient zu erfüllen und den Kunden zentrale Themen näher zu bringen.

Ein wesentliches Ziel ist es, den wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Wandel in Deutschland zu begleiten. Dabei konzentriert sich die KfW auf die ganz großen Herausforderungen unserer Zeit: sei es die Energiewende und der Klimawandel, die Sicherung der Zukunftsfähigkeit des deutschen Mittelstandes vor dem Hintergrund der zunehmenden Globalisierung oder aber der verantwortungsvolle Umgang mit dem demografischen Wandel. Auf diese anspruchsvollen Förderthemen will sie ihre Kunden aufmerksam machen und ihnen zugleich Angebote machen, sie in ihrem Engagement zu unterstützen.

So ist für einen Kunden, der beispielsweise über die energetische Sanierung seines Eigenheims nachdenkt, zunächst ganz zentral, dass er das Förderangebot der KfW und den Förderweg kennt. Ihm sind nicht nur attraktive Konditionen wichtig, sondern vor allem eine schnelle, unkomplizierte und effiziente Förderung. Gerade letzteres erfordert bei einer Anzahl von nahezu einer halben Million Förderzusagen im Jahr eine äußerst effiziente interne Organisation sowie ein Nachdenken über neue, zeitgemäße Vertriebsprozesse.

Banken begegnen zunehmend informierten Kunden mit hoher Online-Affinität. Rund 70 Prozent aller Bankkunden informieren sich ausführlich über das Internet und nahezu jeder Zweite schließt seine Bankgeschäfte online ab. Die Antwort vieler Geschäftsbanken lautet in der Folge, ihr Internetangebot als Informationsquelle, aber auch als Vertriebskanal entsprechend auszuweiten.

Zur Autorin

Petra Borisch ist Bereichsleiterin Vertrieb der KfW Bankengruppe, Frankfurt am Main.

Sonderweg im Fördergeschäft: das Durchleitungsprinzip

Förderbanken hingegen haben sich bislang darauf beschränkt, ihre Kunden und Vertriebspartner über das Internet zu informieren. Als eine der ersten Förderbanken in Deutschland plant nun die KfW, auch ihren Vertriebs- und Kreditprozess im Refinanzierungsgeschäft mittelfristig auf eine weitestgehend webbasierte Basis zu stellen.

Dabei hat die KfW eine wichtige Besonderheit zu beachten: Die Förderbank verfügt über kein eigenes Filialnetz und vergibt ihre Förderkredite grundsätzlich nicht direkt an die Endkreditnehmer. Diese werden vielmehr im Rahmen des sogenannten „Durchleitungsprinzips" über die privaten Banken, Sparkassen und Genossenschaftsbanken vertrieben. Auf diese Weise kann die KfW ihre gesetzlich vorgeschriebene Wettbewerbsneutralität sicherstellen und zugleich das Filialnetz der Geschäftsbanken, deren Kundenbeziehungen sowie deren Know-how im Hinblick auf die Risikoeinschätzung der zu finanzierenden

Projekte für die Förderung nutzen, ohne volkswirtschaftlich nutzlose Doppelstrukturen aufbauen zu müssen.

Bankdurchleitung online

Dieses Durchleitungsprinzip erfordert eine enge Zusammenarbeit mit den Vertriebspartnern. Wenn die KfW nun plant, Förderangebot und Service für Kunden und Vertriebspartner künftig stärker zu digitalisieren, so erfolgt dies in enger Abstimmung mit ihren Partnern. Ende 2012 haben wir uns mit Spitzeninstituten der Sparkassen-Finanzgruppe, den genossenschaftlichen Zentralbanken DZ Bank und WGZ Bank sowie der Deutschen Bank und der Postbank zusammengeschlossen, um im Rahmen einer partnerschaftlichen Initiative eine neue Online-Förderplattform zu entwickeln und aufzubauen – die Bankdurchleitung online, oder kurz: BDO 2.0. Über neue Tools und effiziente, automatisierte Prozesse soll im Laufe des Projektes der Weg zum Förderkredit technisch verbessert und somit leichter und schneller werden.

- In einem ersten Schritt sollen sich Kunden nicht nur ausführlich über die Produktpalette der Förderkredite der KfW informieren können, sondern direkt von der Internetseite der KfW eine Beratungsanfrage bei ihrer Hausbank stellen.

- In einem weiteren Schritt wird die Förderplattform eine verbindliche Sofortbestätigung der KfW für die Förderfinanzierung ermöglichen. Geplant ist dies zunächst für die besonders stark nachgefragten Förderprogramme „Energieeffizient Bauen und Sanieren" und das „KfW-Wohneigentumsprogramm".

Durchgängiger Online-Antragsprozess

Ziel ist es, dass der Kundenberater einer Bank beziehungsweise Sparkasse im Rahmen des Kreditentscheidungsprozesses nach der elektronischen Übermittlung der Vorhabensdaten an die KfW unmittelbar erfahren kann, ob das konkrete Vorhaben förderfähig ist. In der Zeit, in der der Kunde gerade einmal einen Capuccino trinken kann, soll bereits die grundsätzliche Förderentscheidung der KfW vorliegen. Dies gibt dem Kunden frühzeitig ein hohes Maß an Planungssicherheit für sein Vorhaben. In einem weiteren Schritt reicht der Kundenberater den Förderkreditantrag wie bisher elektronisch bei der KfW ein, um von der KfW die Förderkreditzusage zu erhalten.

Die KfW plant, in den kommenden Jahren nach und nach einen durchgängigen und schnelleren Online-Antragsprozess für eine Vielzahl von KfW-Förderprodukten, gemeinsam mit den Vertriebspartnern zu ermöglichen. Die IT-Konzeption und -umsetzung erfolgen im Rahmen eines umfassenderen Modernisierungsprozesses der KfW.

Unterstützung für die Vertriebspartner

Entscheidend an diesem Projekt ist, dass die Kundenberater der Banken und Sparkassen unverändert direkte Ansprechpartner für die Förderkredite der KfW bleiben. Schließlich sind sie die Vertragspartner der Kunden und entscheiden als Risikoträger über die Kreditvergabe. Durch die geplante Digitalisierung kann die KfW ihre Vertriebspartner jedoch viel besser bei der Strukturierung und Einbindung von Förderkredit-Produkten in die Finanzierung sowie bei der Abwicklung des Geschäfts unterstützen.

Der neue Vertriebsansatz stärkt das bewährte Bankendurchleitungssystem und stellt es auf eine moderne, zukunftsfähige Basis. Banken und Sparkassen profitieren von einem verbesserten Servicelevel und Effizienzsteigerungen, beispielsweise durch die Möglichkeit einer unmittelbaren Unterstützung durch KfW-Mitarbeiter bei Beratung und Abschluss. Der Kunde profitiert von einer schnellen und unkomplizierten Bearbeitung.

Die neue Plattform ist somit eine gute Grundlage, um auch in Zukunft die Kunden im Auftrag der Bundesregierung bei anspruchsvollen Förderthemen durch attraktive und wirksame Produkte erfolgreich begleiten zu können.