

Bausparen 2010

Neue Wege für Bausparkassen – Erfahrungen mit Online-Plattformen

Werner Schäfer

Nach langem Zögern beginnt die Sparkassenorganisation das Internet und unabhängige Vermittler für den Vertrieb ihrer Baufinanzierungen zu nutzen. Denn es wurde erkannt, dass vor allem Kunden, die eine Anschlussfinanzierung suchen, freie Maklervertriebe bei der Produktauswahl vorziehen und seltener den Weg in Bankfilialen finden. Gleichzeitig entsprechen die Plattformen heute besser den Ansprüchen der Institute. Auch die LBS Ost beteiligte sich an einer gemeinsamen Plattform der ostdeutschen Sparkassen und der Hypoport AG. Nach den ersten Monaten zieht der Autor eine positive Bilanz. (Red.)

Die LBS Ost erkannte frühzeitig, dass das Internet sich zu einer Vertriebs- und Abwicklungsplattform für alle Finanzprodukte entwickelt. Deshalb engagierte sie sich im OSV und in der LBS-Gruppe, um zeitnah und kundenkonform webbasierte Produkte und Prozesse zu entwickeln. Dies begann in den neunziger Jahren als B2C-Plattform. Trotz dieser Entwicklung blieb der stationäre Vertrieb ein unschlagbarer Marktvorteil. Dies änderte sich, als die reinen web-basierten Finanzdienstleister entstanden.

Von B2C zu B2B

Wer heute seine vier Wände finanzieren will, der kann sich zwischen den unterschiedlichsten Anbietern entscheiden. Mit den immer ausgefeilteren Suchmaschinen und den entstandenen webgestützten Plattformen entwickelt sich bei den Baufinanzierungen ein Kundensegment, das sich immer stärker von den stationären Vertrieben abwendet.

Der Kunde sucht aktiv im Web nach Finanzierungsangeboten. Aber nicht nur der Kunde bedient sich des Internets, um das für ihn optimale Angebot zu finden. Das Internet bringt auch neue Vertriebe hervor, die sich zwischen den Produktanbietern entscheiden.

Alein 2008 wurden in unserem Geschäftsgebiet über die B2B Plattform Europe 3,2 Milliarden Euro Baufinanzierungsvolumen abgewickelt, das weder bei der LBS noch bei dem Verbundpartner Sparkasse in den Büchern steht. Das soll sich ändern. Denn wer nicht mit den Bedürfnissen der Kunden mitgeht, bei dem gehen die Kunden.

Das veränderte Marktgeschehen bedeutete auch für die LBS, ihr traditionelles Vertriebskonzept von stationärem Vertrieb und B2C weiterzuentwickeln. Als erste Bausparkasse hat sich die LBS Ost an dem im Oktober 2009 gegründeten „Finanzmarktplatz für Sparkassen“, kurz Finmas, beteiligt. Damit unterstützt sie mit einem eigenständigen Auftritt die Aktivitäten der Sparkassen. Die Anfragen zu Finanzierungen, die nicht dem LBS-Angebot entsprechen, werden an die regional zuständige Sparkasse weitergeleitet.

Finmas verändert interne Strukturen und Prozesse und verlangt angepasste Produkte. Das Ziel der Bausparkasse ist es, die webbasierte Vertriebs- und Abwicklungsplattform zu nutzen, um ein flächendeckendes Angebot an attraktiven Finanzierungsbausteinen im Segment der Standardbaufinanzierung zu platzieren. Gleichzeitig soll neuen Vertriebspartnern der einfache Zugang zu LBS-Produkten ermöglicht werden.

Optimierung der internen Prozesse

Die LBS arbeitet über Finmas mit verschiedenen Finanzvertrieben zusammen. Darunter sind Unternehmen wie die Dr. Klein GmbH & Co KG, die Freie Hypo GmbH, die BS Baugeld Spezialisten AG und andere. Die Bausparkasse verfolgt

Der Autor

Werner Schäfer ist Vorsitzender des Vorstands der LBS Ostdeutschen Landesbausparkasse AG, Potsdam.

als Produktanbieter den Ansatz, zu den Best-Price-Anbietern zu gehören, ohne überall der günstigste Anbieter zu sein. Natürlich müssen die Konditionen so kalkuliert sein, dass sie den Angebotsstrukturen der Plattform entsprechen.

Als neuer Produktanbieter auf Finmas im Internet trifft die LBS auf klare Erwartungen des etablierten Umfeldes. Günstige Konditionen, schnelle und berechenbare Entscheidungen in der Marktfolge sowie die Übernahme der Usancen der Plattform, vor allem bei der Struktur des Angebotes und dem Provisionsmodell, sind die Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit den externen Vertriebspartnern.

Momentan konzentriert sich die LBS auf das Segment der Standardbaufinanzierung und hat dafür wettbewerbsfähige Normen für die Abwicklung eingeführt. So sind die Bewilligungskriterien eindeutig kommuniziert und gleichzeitig sind die Angaben im Kreditantrag und den Unterlagen auf das für die Kreditentscheidung erforderliche Maß reduziert. Die Finanzberater erwarten, dass die Bausparkasse innerhalb von zwei Arbeitstagen über die Kredite entscheidet. Die B2B-Kommunikation zwischen Vertrieb und Bausparkasse ermöglicht einen schnellen fallbezogenen Austausch und eine rasche Kreditentscheidung im Interesse der Kunden.

Vertriebliche Tätigkeit

Um den Prozess der Qualitätssicherung abzurunden, hat die LBS die nachgelagerte Kreditkontrolle ausgebaut. Im Rahmen von Stichprobenprüfungen werden durch die Sachverständigen der LBS Beleihungsobjekte besichtigt, Sicherheitenerwerte überprüft und eine Mittelverwendungskontrolle durchgeführt.

Ergänzt wird diese Sicherheitsprüfung durch eine nachgelagerte Stichprobenprüfung im Rahmen einer formellen Kreditkontrolle und unter bestimmten Umständen einer materiellen Kreditkontrolle. In dem Prozess wird insbesondere die Einhaltung der Kreditvergabe-kriterien geprüft. Die Erkenntnisse werden in den Zusageprozess zurückgespielt und wenn nötig wird dieser modifiziert.

Da aber hinter den Vertrieben Menschen stehen, kommt es darauf an, diese explizit zu betreuen. Eine schnelle B2B-Kommunikation zum Kreditfall ist neben einer Reservierung von Konditionen ein Muss in diesem Geschäft.

Um die aktive und zielgruppenorientierte Marktbearbeitung auszuweiten, stellt die LBS ihren Handelsvertretern die Plattform komplett für den Vertrieb zur Verfügung. Der Handelsvertreter verfügt mit der Schnittstelle zur On-geo GmbH über eine Datenbank zur Objektprüfung.

Damit stehen dann auch unmittelbar Grundbuchdaten und Bodenrichtwerte für die Wertermittlung zur Verfügung. Die unmittelbare Bonitätsprüfung erfolgt mittels eines Datenchecks des Antragstellers, der durch die Anbindung an die S-Rating- und Risikosysteme GmbH und die Schufa individuell abgerundet wird (automatisiertes Scoring-Verfahren).

Zugelassen zu diesem Geschäft werden nur Handelsvertreter, die eine Anwenderschulung und die Erlaubnis nach § 34c der Gewerbeordnung nachweisen können. Darüber hinaus ist erforderlich, dass die jeweiligen Sparkassen den LBS-Vermittler für ihr Produktangebot „freischalten“. Bisher sind 30 LBS-Handelsvertreter berechtigt, Kredite über die Finmas zu vermitteln. Weitere Handelsvertreter sind bereits geschult oder sind an einer Schulung interessiert.

Nach den ersten Monaten mit Finmas zeigt sich, dass der Schritt zu dieser webgestützten Vertriebsplattform richtig war. Die Erwartungen der Finanzvertriebe an die LBS werden erfüllt; interne Prozesse sind optimiert worden, das Marktsegment Standard-Baufinanzierungen konnte ausgebaut und die Zusammenarbeit mit den Sparkassen intensiviert werden. Gleichzeitig zeigen die ersten Erfahrungen, dass weitere Prozessverbesserungen die Marktchancen erhöhen. Dazu gehören sowohl eine Direktzusage im Markt sowie ein umgekehrtes Angebotsverfahren als auch die Erweiterung des Produktportfolios in Finmas. Die LBS strebt an, singuläres Bausparen als Sparvertrag, Wohn-Riester und außerkollektive Finanzierungsprodukte auf der Plattform abzubilden.

Erfüllte Erwartungen

Mit ihrem Produktangebot erreicht die LBS nur einen Teilbereich der Marktnachfrage auf der Plattform – im Wesentlichen den Umschuldermarkt. Mit der Finmas GmbH und den Vertrieben laufen Gespräche, welche speziellen Finanzierungsprodukte der LBS und

welche wohnwirtschaftlichen Angebote der KfW für eine Umsetzung beziehungsweise Nutzung auf der Plattform geeignet sind, um das Kundenpotenzial besser zu erschließen. Heute kommt kaum eine Modernisierung/Instandsetzung oder energetische Sanierung ohne KfW-Produkte aus. Darüber hinaus bestehen Möglichkeiten der Kooperation mit weiteren Produktanbietern aus dem Banken- und Versicherungssegment. Das ermöglicht ein optimales Eingehen auf die Kundenwünsche und bietet Chancen für eine ertrags- und risikooptimierte Prozess- und Produktgestaltung (Cross-Selling).

Zusammenfassend ist einzuschätzen, dass in diesem webgestützten Auftritt der klassische Nutzwert der LBS als Bausparkasse für die Sparkassen generiert wird. Dies betrifft sowohl den Vertrieb von Finanzprodukten der Sparkassen durch den LBS-Außendienst als auch die gemeinsame Marktbearbeitung auf diesem Vertriebsweg. Im Rahmen einer strukturierten Marktbearbeitung gilt es, sinnvolle Produktkombinationen aus Sparkassen- und LBS- Finanzierungsbausteinen zu finden, die den Kunden langfristig im Sparkassenverbund halten. ■