

## Schwerpunkt: Private Baufinanzierung

# Kooperation zwischen Hypothekenbroker und Filialbank: ein Zukunftsmodell?

**Vor zehn Jahren fürchteten die Filialbanken Online-Baugeldvermittler noch als Angriff auf ihr Geschäftsmodell. Inzwischen zeigt sich, dass Discount-Konditionen und persönliche Beratung keine Antipoden sind. So mussten die Hypothekenbroker feststellen, dass gerade Neukunden eine Beratung von Angesicht zu Angesicht wünschen, und die Filialbanken hatten sich einzugestehen, dass internet- und preisaffine Kunden über die neuen Medien besser zu akquirieren sind. Inzwischen bedienen sich Filialbanken der Hypothekenbroker, um auch Fremdprodukte abzusetzen, und Hypothekenbroker empfehlen ihre Baugeldinteressenten in die Platzbanken weiter, weiß der Autor. Jetzt müssen die Partner noch beweisen, dass auch der Kunde davon nachhaltig profitiert. (Red.)**

Die private Baufinanzierung im Jahr 2012: Historisch niedrige Zinsen sowie die Sorge um den Euro und vor drohender Inflation haben das Interesse an Wohnimmobilien drastisch ansteigen lassen. Gleichzeitig sehen sich die Kunden, wenn es um die Finanzierung ihrer Immobilie geht, einem breiten Angebot an attraktiven Bankofferten gegenüber. Anders als noch Mitte des vergangenen Jahrzehnts, in dem der Finanzierungsmarkt von einer Reihe von weniger bekannten „Angreifern“ dominiert war, sind die traditionellen Filialbanken wieder sehr präsent.

Das ist einerseits sehr attraktiv für den Kunden, schließlich führt der so entstandene Wettbewerb unter den Banken zu sehr kompetitiven Zinsen in fast allen Segmenten. Andererseits macht das die Auswahl für den aufgeklärten Kunden, der sich Transparenz und Vergleich erhofft, nicht leichter, denn die Angebote liegen auf den ersten Blick recht eng beisammen. Schließlich müssen nicht nur die Konditionen, sondern auch die Struktur der Finanzierung und die sogenannten Sonderausstattungen stimmen.

Die Folge: Mehr und mehr Kunden nutzen den Broker, wenn es um die private Baufinanzierung geht – zur Zinsorientierung, aber auch für die konkrete Finanzierungsanfrage und -beratung. Schließlich ist es das Kernmerkmal des Brokers, Transparenz und Vergleichbarkeit zu liefern. Anders als in den Anfängen des Online-Brokerage arbeitet alleine der Marktführer Interhyp mittlerweile mit mehr als 400 Kreditinstituten zusammen. Damit bietet Interhyp in der Summe heute einen weitgehenden Querschnitt des Marktes und hat so den Wechsel von stärker kapitalmarkt- hin zu einlagenfinanzierten Instituten auf der eigenen Plattform vollzogen.

### „Zukauf“ der gewünschten Kunden

Um dem Kunden auf der Suche nach Transparenz Mehrwert zu bieten, erstellen die Interhyp-Berater nicht nur einen Konditionenvergleich, sondern analysieren zunächst den genauen Kundenbedarf und entwickeln so die optimale Finanzierungsstruktur. Auf dieser Basis können dann aus dem gesamten Banken-Pool die für die jeweilige Struktur am besten passenden Finanzierungsvarianten ausgewählt werden. Durch im System hinterlegte Kreditvergaberichtlinien beziehungsweise den individuellen Austausch mit infrage kommenden Instituten prüft der Berater die Deckungsgleichheit zwischen Kundenbedarf und Machbarkeit ab. Neben den Konditionen geht es eben auch um Faktoren wie die optimal angepasste Laufzeit, die Frage der staatlichen Förderung, den Einsatz von Sondertilgungsoptionen, Flexibilität in der Monatsrate und viele

individuell zu betrachtende Aspekte mehr. Dabei spielt die Leistungsfähigkeit der Filialbank heute eine sehr wichtige Rolle: Die lokal respektive regional vernetzte Bank kann die jeweilige Situation vor Ort sehr gut und individuell einschätzen. Ob zum Beispiel die zuletzt deutlich gestiegenen Objektpreise in der einen Straße gerechtfertigt sind, aber in der nächsten schon nicht mehr, erfordert eine sehr genaue lokale Expertise. Zusammen mit den großen nationalen Anbietern auf der Interhyp-Plattform bekommt der Kunde so die für sein Objekt an seinem Standort maximale Bandbreite an infrage kommenden Anbietern serviert – und kann sich frei und natürlich auch nach persönlicher Präferenz entscheiden. Während es zum Beispiel für den einen Kunden völlig unbedeutend sein mag, die Bank auch vor Ort ansprechen zu können, legen andere großen Wert darauf.

Was aber hat nun die einzelne lokale Filialbank davon, auf dieser Plattform gelistet zu sein? Sie profitiert umgekehrt von der Transparenz des Systems. So wie Interhyp dem Kunden die für ihn richtige Bank ermittelt, liefert der Bank das System den richtigen Kunden. Denn die finanzierende Bank definiert exakt, welche Kundenprofile sie finanziert und präferiert: Beleihungshöhen, Mindestvolumina, Einkommenshöhe des Kunden, Objekttyp oder Nutzungsart der Immobilie – sämtliche Kriterien lassen sich im Interhyp-System, der Baufinanzierungsplattform E-Hyp, hinterlegen, sodass auch das diesen Kriterien entsprechende Geschäft an die jeweilige Bank gegeben wird. Geschäft, das über den herkömmlichen Retail-Kanal unterrepräsentiert ist, kann die Bank über die Kooperation auf Abschlussbasis „zukaufen“. Umgekehrt wird natürlich auch verhindert, dass eine bestimmte unerwünschte Finanzierungsqualität ins Haus kommt und Aufwand verursacht.

Zudem eröffnet das Broker-Modell eine sehr effiziente Nutzung des Kundengewinnungskanal Internet. Für die klassische Filialbank besteht immer ein gewisser Kanalkonflikt. Webaffine Kunden erwarten eine breite Leistungsfähigkeit im Internet: umfassende Rechner, Online-Servi-

#### Der Autor

**Jörg Utecht**

Mitglied des Vorstands,  
Interhyp AG, München



ces und auch die Möglichkeit, eine Transaktion zu starten. Für die Filiale aber lautet das Ziel, den Kunden auf den Stuhl des Finanzierungsspezialisten zu bringen. Interhyp löst diesen Zielkonflikt für die kooperierende Bank.

Über durchgängig optimierte und mehrfach ausgezeichnete Webprozesse – inklusive einer Erreichbarkeit an sieben Tagen in der Woche – liefert Interhyp diesen Kunden genau das Online-Erlebnis, das sie wünschen. Wird dieser Kunde in der Folge dieses Einkaufserlebnisses, zu dem immer häufiger auch eine persönliche Beratung in einer Interhyp-Niederlassung gehört, zum Abschluss noch zu einem persönlichen Gespräch bei der finanzierenden Lokalbank gebeten, wird er dies nicht mehr als störend empfinden. Er wird, ganz im Gegenteil, positiv überrascht sein, dass am Ende einer Online-Recherche und Beratung durch einen bundesweiten Anbieter wie Interhyp eine traditionelle lokale Filialbank steht.

Die lokale Bank kann also über einen externen Partner den zusätzlichen Kundengewinnungskanal Internet aktiv einsetzen und so auch zusätzliche Kunden

gewinnen. Denn die Erfahrung aus der Zusammenarbeit mit über 300 lokalen Banken zeigt: Einen merklichen Kannibalisierungseffekt gibt es nicht, die Ansprache und Gewinnung neuer Kunden, die sonst nicht den Weg in die Filialbank gefunden hätten, ist dagegen enorm.

### Weiterleitung an die lokale Bank

Last but not least darf man aber auch den Effizienzgedanken nicht vernachlässigen: Der Broker liefert zusätzliches Geschäft, ohne zusätzliche Fixkosten zu erzeugen. Und das Geschäft vom Broker ist „schrankfertig“ aufbereitet und damit qualitativ den Finanzierungen aus dem eigenen Filialvertrieb mindestens ebenbürtig. Denn Interhyp hat bis zum Zeitpunkt der Übergabe der Akte bereits eine ganze Reihe wertvoller Schritte in der Wertschöpfungskette geleistet – ohne dass auch nur ein Cent Kosten für die Bank angefallen wäre: Kundenansprache und -gewinnung, persönliche Beratung, Objektbewertung, Einholen sämtlicher benötigter Unterlagen, Prüfung dieser

Unterlagen und Aufbereitung der Akte zur Kreditentscheidung. Diese für einen erfolgreichen Abschluss zwingend nötigen Schritte müsste die Bank sonst selbst erbringen. In der Kooperation mit Interhyp werden diese übernommen, eine Vergütung erfolgt aber erst bei erfolgreichem Abschluss.

Noch vor wenigen Jahren haben sie einander beäugt und sehr kritisch gesehen: die (onlinebasierten) Baufinanzierungsbroker und die traditionelle Filialbank. Heute kann davon keine Rede mehr sein. Es finden intensiver Austausch und konstruktive Zusammenarbeit statt.

Der Grund dafür ist einfach. Gerade in einem Marktumfeld, das in Deutschland von hoher Anbieterdichte aus unterschiedlichen Bankensektoren und -typen geprägt ist, erzeugt die Zusammenarbeit mit dem Broker eine Win-Win-Situation: Der Kunden bekommt Transparenz und damit mehr Entscheidungssicherheit. Die Banken erweitern ihren Aktionsradius und können zusätzliche Kunden ansprechen, die über die klassischen, etablierten Vertriebskanäle nicht erreichbar sind.

wohnen & modernisieren MIT DER IBB



## Immobilienfinanzierungen ohne Ecken und Kanten.

Bei der Modernisierung oder Sanierung fördern wir Ihr Immobilienprojekt in Berlin mit individuellen Finanzierungslösungen. Unsere Berater freuen sich auf ein Gespräch.

Sprechen Sie uns an:  
Telefon: 030 / 2125-2662  
E-Mail: [immobilien@ibb.de](mailto:immobilien@ibb.de)  
[www.ibb.de/wohnen\\_modernisieren](http://www.ibb.de/wohnen_modernisieren)

 **Investitionsbank  
Berlin**

Leistung für Berlin.