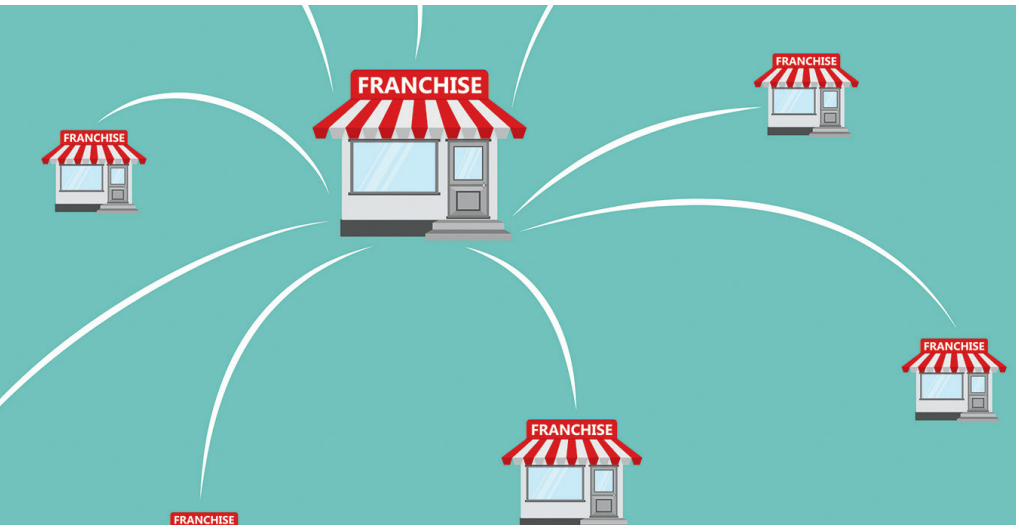
Franchise bei Finanzdienstleistungen – ein Zukunftsmodell

Von Michael Lorenz



Der Franchising-Markt ist ein Wachstumsmarkt, sagt Michael Lorenz. Das gilt auch im Vertrieb von Finanzdienstleistungen, auch wenn das Modell hier noch weniger bekannt ist. Die Baufinanzierungsplattform Baufi24 setzt seit drei Jahren auf Franchising. Hauptargument: Vermittler als Einzelkämpfer haben in der digitalen Welt kaum noch eine Chance. Als Franchise-Nehmer profitieren sie von der starken Marke sowie von Unterstützung bei Marketing und Technik. Nicht zuletzt gibt es einen regionalen Gebietsschutz, ähnlich wie bei Sparkassen und Volksbanken. Red.

Bereits seit vielen Jahren wächst der Markt für Franchiseangebote in Deutschland. So verzeichnete die Franchisewirtschaft 2019 ein Plus von 4,2 Prozent bei neuen Partnern. Hochgerechnet auf die Gesamtfranchisewirtschaft machten sich damit etwa 5 500 Personen mehr als 2018 unter einem bestehenden Markendach selbstständig. Insgesamt legten die Betriebe mit Franchisesystem um 2,3 Prozent zu. Der Gesamtumsatz der Branche stieg um 5,1 Prozent auf 129 Milliarden Euro.[1)] Ebenso positiv entwickeln sich die Kreditvolumina für Baufinanzierungen seit Jahren.

Neben diesem Wachstum steigt dabei stetig der Anteil der Finanzierungen durch freie Vermittler. Banken verlieren immer mehr Anteile. Und dieser Trend wird sich weiter fortsetzen. Hinzu kommt eine Situation, in der Banken immer mehr Filialen schließen und Personal abbauen. Viele Banker sind so deutlich offener für Jobalternativen als noch vor einigen Jahren. Die ideale Gemengelage für ein Franchisesystem rund um die Vermittlung von Baufinanzierungen.

Einzelkämpfer haben kaum noch Chancen

Von 2004 bis 2019 sank die Zahl der Bankfilialen von 47 835 auf 28 384. Dieser Trend setzt sich fort, nach Prognosen werden bis 2030 weitere 13 000 Filialen schließen. Die Corona-Krise beschleunigt diese Entwicklung noch einmal. Genauso wie sie insgesamt den digitalen Kunden weiter vorantreibt.

Im Zuge dieser Veränderungen stehen die Vermittler von Baufinanzierungen vor großen Herausforderungen. Der Schlüssel zum Erfolg ist die Digitalisierung aller Prozesse, von der ersten Beratung über Dokumentenmanagement bis zum Abschluss. Und das in möglichst rascher Bearbeitungszeit.

Der aktuelle und zukünftige Immobilienkäufer ist jung, einkommensstark und sehr agil. Dazu mit einer starken Affinität zu technischen Lösungen und digitalen Prozessen. Diese Affinität müssen moderne Berater aufnehmen und bedienen, auch beim Kauf und der Finanzierung von Immobilien.

Bei kontinuierlich niedrigen Zinsen bleibt Baufinanzierung auch weiterhin für viele zukünftige Häuslebauer ein interessantes Thema. Marktvolumen und Wettbewerb in der Baufinanzierungsberatung steigen linear. Aber trotz der guten Nachfrage verzeichnet die Branche einen deutlich verschärften Konkurrenzkampf. Besonders unabhängige Berater müssen vermehrt mit den Großen konkurrieren, um mithalten zu können. Oft ist die Folge, dass der Kunde das Angebot der Konkurrenz bevorzugt und die Zeit sowie Mühe ohne Ertrag investiert wurden.

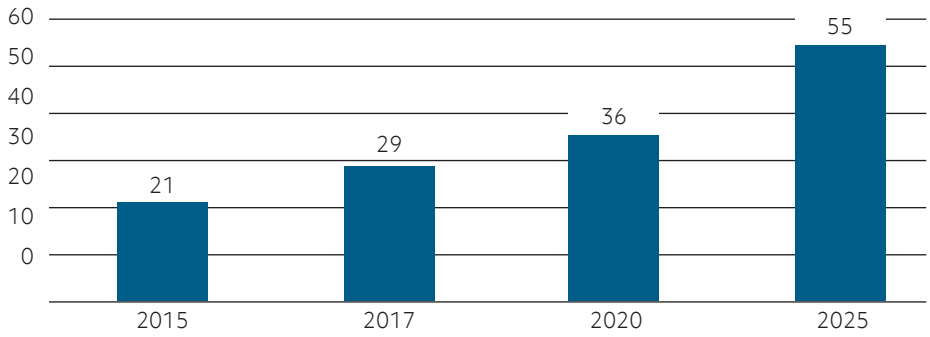
Als Einzelkämpfer haben Vermittler heute kaum noch Chancen. Aber mit einem entsprechenden Partner bieten sich ganz andere unternehmerische

Michael Lorenz, Mitglied des Vorstands, Baufi24 Baufinanzierung AG, Hamburg

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

Entfaltungsmöglichkeiten. Ein Franchisesystem bringt für einen Selbstständigen immer Vorteile mit sich, denn im Hintergrund wird dem Gründer sehr viel abgenommen. Im Bereich der Baufinanzierungsvermittlung gehören dazu besonders das Online-Marketing und die starke Sichtbarkeit bei Google. Beides ist als alleiniger Unternehmer so nicht zu erreichen. Hinzu kommt das Angebot von einer digitalen Customer Journey für den Kunden sowie auch im Backoffice für Vermittler wie bei den „Großen".

Ein Drittel des Baufinanzierungs-Neugeschäfts über Broker



Anteil der Broker am Neugeschäft, in Prozent

Quelle: Baufi24

Digitalisierung verändert den Arbeitsalltag

Digitalisierung betrifft mittlerweile zahlreiche Lebensbereiche, sowohl im privaten als auch im beruflichen Umfeld. Manchmal wird dieser Prozess gar nicht bewusst wahrgenommen, etwa, wenn er sich quasi automatisch in den Alltag einschleicht. Gelegentlich aber fordert die Digitalisierung auch große Veränderungen in Denkweise und gewohnten Prozessen. Sind diese Dämme einmal gebrochen, profitieren zumeist alle Beteiligten von den zahlreichen Vorteilen. Wie Unternehmer aller Branchen, stehen auch die Berater bei der Baufinanzierungsvermittlung vor dieser Herausforderung.

Der Arbeitsalltag für Finanzierungsvermittler hat sich nicht zuletzt dank der Digitalisierung stark verändert: Tätigkeiten, die früher pro Kunde mehrere Stunden Zeit kosteten, lassen sich heute dank weniger Klicks sofort erledigen. Doch unterschiedliche Lead-Schnittstellen und Accounts auf verschiedenen Plattformen können den Prozess erschweren. Gerade die jüngeren Generationen verlangen einen kurzen, digitalen und einfachen Prozess. Etwas anderes kommt für sie gar nicht in Frage. Diese Kunden wollen einen transparenten Prozess und an allen Entscheidungen teilhaben.

Neben dem digitalen Zugang und Prozess für den Kunden, bekommt aber auch die interne digitale Struktur bei Vermittlern eine immer größere Bedeutung. Denn sie erleichtert sehr vieles, unterstützt den Alltag, automatisiert viele sonst aufwendige Prozesse und hilft beim ressourcensparenden Wachstum. Genau hier setzt Finlink an und unterstützt mit einer ausgeklügelten CRM-Software zur effektiven Kundenberatung in der Immobilienfinanzierung. Die CRM-Software, die Finanzierungsberater bei der unabhängigen Vermittlung von Immobilienfinanzierungen unterstützt, ist plattformunabhängig und wurde speziell für Finanzierungsberater entwickelt.

Ob Filialbank, Sparkasse, großer Baufinanzierungsvermittler oder Einzelkämpfer: In der Beratung, nach außen zum Kunden, muss das erst mal keinen Unterschied machen. Denn mit einer modernen Website und der entsprechenden Software kann jeder Finanzierungsberater heute mit den „Großen" mithalten. Baufinanzierungsrechner geben einen ersten Überblick und mit einem digitalen Zugang können Anträge und Dokumente hochgeladen werden. Die Kommunikation findet digital zum Berater statt, wenn dieser auf die richtigen Mittel und eingesetzten Tools achtet.

Nicht-digitale Beratung fällt aus dem Raster

Und genau das wünscht sich die aktuelle Generation der Immobilienkäufer: einen möglichst digitalen Prozess. Zuletzt hat sich auch Europace die Immobilienkäufer von heute und morgen in einer Studie genauer angeschaut: Die Millennials und die Generation Y. Beide Gruppen sind äußerst technikaffin und nutzen alltäglich digitale Prozesse. Wie beim Kauf von Alltagsgütern möchten sie auch beim Immobilienkauf vergleichbare Lösungen nutzen und transparent eingebunden sein. Diesem Wunsch nach Teilhabe müssen Berater heutzutage gerecht werden – und morgen noch viel mehr.

Die Schnittstelle zum Kunden sollte so einfach und digital wie möglich sein. Nicht umsonst spricht man heute bereits vom One-Klick-Hauskauf und damit auch von der One-Klick-Finanzierung. So wie es die Kunden heute gewöhnt sind, per App etwas einzukaufen, Sport zu treiben oder finanzielle Transaktionen zu tätigen, möchten sie auch bei der Suche, dem Kauf und letztlich der Finanzierungsberatung vorgehen. Nicht-digitale Beratung fällt hier meist komplett aus dem Raster und findet für immer mehr Menschen gar nicht statt. Darauf muss sich der Berater jetzt einstellen, sonst kann er die zukünftigen Kunden nicht mehr bedienen.

Der Markt für Banken und Finanzierungsberater ist und bleibt in Bewegung. Die meisten Experten überprüfen derzeit die eigenen Tätigkeiten und sondieren neue Möglichkeiten sowie Partnerschaften. Dazu gehört auch das Franchisemodell, denn nur wer strategisch denkt, kann weiter wachsen und langfristig erfolgreich am Markt agieren. Baufi24 ist eine starke und fest verankerte Marke. Die ausgebaute Infrastruktur des Franchisemodells und die technologische Unterstützung bieten den Geschäftsstellen den nötigen Freiraum, sich auf ihre digitalen Kunden zu fokussieren.

Unterstützung durch die zentrale Marke

Früher konnte ein Finanzierungsberater ohne größere Probleme erfolgreich sein, etwa durch Kontakte zu beispielsweise Bauträgern oder auch andere lokalen Bauherren, und damit sein Geschäft bestreiten. Dies ist heute nicht

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

mehr so einfach möglich, da der Markt stärker im Wettbewerb steht. Er ist deutlich enger geworden, mehr Akteure sind präsent. Auch die Banken versuchen hier wieder Anteile zu gewinnen und haben das Geschäft der Baufinanzierung wieder für sich erkannt. Insofern muss man heute schon ein bisschen mehr tun, als nur die Kunden „einzusammeln".

Als Franchisenehmer eröffnen die Unternehmer regional exklusive Geschäftsstellen. Diese gelten als erster Ansprechpartner für alle Finanzierungsfragen in der jeweiligen Region. Die Unternehmer sind selbstständig aktiv und verantwortlich, den lokalen Markt und die Marke Baufi24 auszubauen.

Erfolgreicher Baufinanzierungsvertrieb hängt im Wesentlichen von einer starken Marke, attraktiven Produkten und dem Kontakt zu abschlussbereiten Kunden ab. Potenzielle Partner erhalten eine vielversprechende Plattform, beraten Kunden jedoch selbstständig – sowohl vor Ort im Büro als auch zuhause – und erhalten so die Chance, in den regionalen Markt hineinzuwachsen. Und damit die besten Voraussetzungen, um als Berater erfolgreich zu sein.

Mit einem starken Partner an der Seite funktioniert das am einfachsten über ein Franchisekonzept. Dabei profitiert man von Marketing und einer bekannten Marke und muss diesen Bereich nicht neu aufbauen. Die Erfahrungen der letzten Jahre haben das auch ganz klar gezeigt: Am Markt präsent sind entweder die großen Player oder die an die diese Anbieter angeschlossenen Partner.

Regulatorisch keine speziellen Rahmenbedingungen

Regulatorisch gibt es keine besonderen Rahmenbedingungen bei Franchise für die Vermittlung von Baufinanzierungen. Vermittler müssen zudem immer gewisse Rahmenbedingungen erfüllen, wie natürlich eine Gewerbeerlaubnis und die Sachkundeprüfung für Immobiliardarlehensfachleute nach § 34i GewO. Ansonsten können selbstständige Unternehmer entscheiden, ob sie eine GmbH gründen, als Einzelunternehmer tätig sind oder sich mit anderen Partnern zusammenschließen.

In den rund 50 Geschäftsstellen von Baufi24 erhalten die Kunden eine professionelle Finanzierungsberatung. Diese erfolgt ganz nach Kundenwunsch in der Geschäftsstelle, per Telefon oder gerade in Corona-Zeiten auch per Videocall. Erster Kontakt ist aber natürlich vorwiegend das Internet. Wenn vom Kunden gewünscht, kann der Prozess so digital wie möglich bleiben.

Zugriff auf qualifizierte Leads

Bei Baufi24 profitieren Kunden von hoher Markttransparenz durch den Vergleich von bis zu 450 Banken. Neben einer starken Marke, moderner technischer Infrastruktur und einem Marketingpaket besticht das Baufi24-Geschäftsstellenmodell vor allem durch den kontinuierlichen Zugriff auf qualifizierte Leads. Die Baufi24 Baufinanzierung AG, eines der größten Portale für private Baufinanzierung, bietet ein Franchise-Modell an, das sich sowohl für Berater als auch für Kunden lohnt.

Bereits seit über drei Jahren wird dieses Franchisemodell erfolgreich am Markt etabliert. Den Franchisenehmern bringt es von Tag eins an kontinuierlichen Zugriff auf abschlussbereite Kunden durch das reichweitenstarke Portal Baufi24.de. Des Weiteren unterstützt der Franchisegeber über die Gründung hinaus bei der Expansion und dem Aufbau eines Zuführernetzwerks, etwa durch Bauträger sowie Makler.

Die zentrale Unterstützung der Marke, der Bekanntheitsgrades des Brands sowie die gezielten Marketing-Aktivitäten sind das entscheidende Argument für den Franchisenehmer. Im Gegensatz zu bekannten stationären Franchiseketten wie beispielsweise Subway, die auf Kunden in einem Ladengeschäft abzielen sowie auf Laufkundschaft, ist es natürlich bei der Online-Suche nach Baufinanzierungen primär das Marketing im Internet sowie in den Social-Media-Kanälen, das im Vordergrund steht. Hier werden konkrete Ziele anvisiert und wertvolle Leeds geliefert, die über die Hauptseite des Anbieters hereinkommen. Diese bekommen Franchisenehmer automatisch mit. Hinzu kommen natürlich die hohe Sichtbarkeit in den Suchmaschinen sowie weiterführende Marketingmaßnahmen, PR und sonstige Brandingmaßnahmen.

Diese Basismaßnahmen sind in der Regel über die Franchisegebühr abgedeckt, aber natürlich gibt es hier auch individuelle lokale Kooperationen, bei denen Franchisenehmer zusammen mit dem Franchisegeber Aktionen, Ideen und Marketing-Maßnahmen entwickeln und umsetzen.

Neben der Marketing-Unterstützung gibt es natürlich auch eine technische und operative Unterstützung. Das fängt mit der richtigen Immobilie an, mit der Ausstattung in der Immobilie und natürlich mit dem CRM-System Finlink. Auch der Anschluss an ein Finanzierungsvermittlungssystem sowie Tipps und persönliche Beratung beim Aufbau des Unternehmens gehören dazu.

Schneller profitabel

Im Bereich der Finanzdienstleistungen ist Franchise noch nicht so bekannt wie etwa Franchisesysteme der Gastronomie. Aber der gesamte Franchisemarkt wächst kontinuierlich, auch bei Finanzdienstleistungen. Die Gründung mit einem Franchisesystem im Rücken gibt Selbstständigen mehr Sicherheit, wie etwa in diesem Beispiel garantierte Leads. Das Risiko ist in der Regel etwas geringer, im Gegensatz zum Einzelkämpfer und der Unternehmer kann schneller profitabel werden.

Neben technischem und Marketing-Support kommt natürlich auch die Unterstützung bei der Expansion hinzu, etwa wenn Franchisenehmer eine Zweigstelle eröffnen möchten oder weitere Geschäfte und Ladengeschäfte sowie auch Mitarbeiter einstellen wollen. Ebenfalls für das Franchisekonzept spricht der regionale Schutz für Gebiete, sodass nicht der nächste Anbieter 100 Meter weiter aufmachen kann, was natürlich auch ein hohes Maß an Sicherheit gibt.

Fußnote

1) https://www.franchiseverband.com/aktuelles-erfahren/presse/detail/news/detail/News/robuster-franchisemarkt-besonders-reizvoll-fuer-internationale-konzepte/

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH