

# DIE DIGITALE BANK

Digitaler  
Sonderdruck

„Mit Wero sind wir in der Rolle  
des Angreifers“

Interview mit Joachim Schmalz

Finanzwelt und  
Krypto wachsen  
zusammen

In dieser Ausgabe

**KARTEN**

cards | cartes

NEWS

Sparkassen:

Digitales Ökosystem – neue Chancen für  
Sparkassen im Immobiliengeschäft

Tabitha Kleine und Valentin Winter

# Digitales Ökosystem – neue Chancen für Sparkassen im Immobiliengeschäft

Von Tabitha Kleine und Valentin Winter

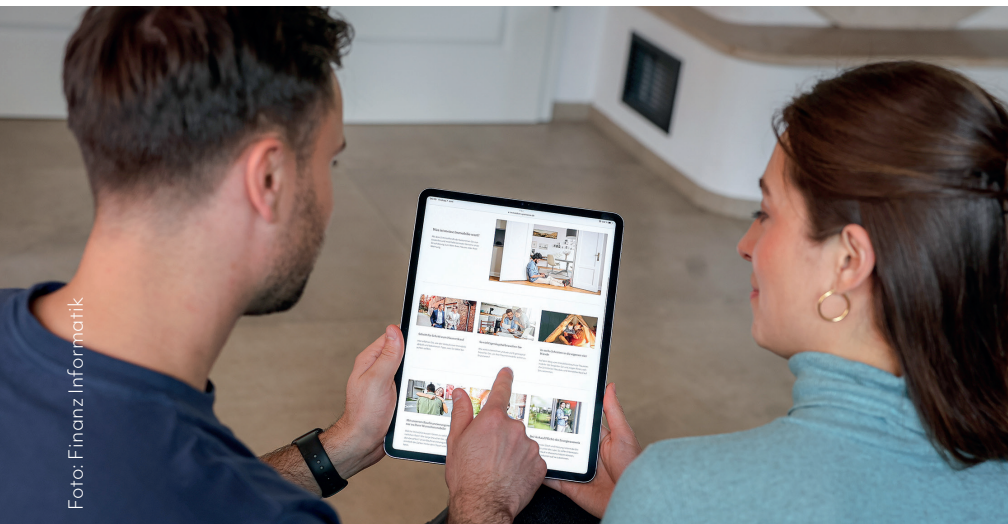


Foto: Finanz Informatik

Längst ist auch das Geschäftsfeld Wohnen und Immobilie nicht mehr ausschließlich von persönlicher Beratung geprägt. Mit dem vom DSGVO entwickelten Projekt „rund um die Immobilie“ (rudi) bündelt die Sparkassen-Finanzgruppe in einem digitalen Ökosystem, das die Online-Baufinanzierung und andere Themen umfasst. So will man eine Alternative zu externen Plattformen schaffen und zugleich erstmals auch Kundengruppen direkt ansprechen, die eine rein digitale Abwicklung bevorzugen. Und weil die Immobilie als strategische Assetklasse betrachtet wird, bieten sich Anknüpfungspunkte entlang der gesamten Immobilienreise.

Red.

Das Immobiliengeschäft gehört zu den stabilsten, aber auch wettbewerbsintensivsten Ertragsfeldern der Sparkassen. Doch der Markt verändert sich tiefgreifend: Kunden erwarten digitale Abschlüsse, transparente Konditionen und objektive Beratung. Zudem gewinnen Vermittler und Vergleichsportale an Bedeutung, wodurch Geschäft an Dritte verloren geht – oft sogar bei den eigenen Bestandskunden.

„rudi“ – rund um die Immobilie – ist die strategische Antwort der Sparkassen-Finanzgruppe auf diese Herausforderungen. Das vom DSGVO initiierte Projekt wird von der Finanz Informatik gemeinsam mit der FI-Tochter Finmas, den Landesbausparkassen, Versicherern und der DSV-Gruppe umgesetzt. Ziel ist es, das Leistungsangebot der Sparkassen für ihre Kunden wäh-

rend der gesamten Immobilienreise digital zu verbinden und kundenorientiert digital nutzbar zu machen, um das Geschäft nachhaltig zu stärken. Die Finanz Informatik als Digitalisierungspartner der Sparkassen-Finanzgruppe fungiert dabei als Enabler: Sie schafft die technische Grundlage und entwickelt die Lösungen fortlaufend weiter.

## Durchgängiges digitales Ökosystem

„rudi“ schafft erstmals ein durchgängiges und integriertes Angebot über die gesamte Immobilienreise hinweg. Die FI sorgt für die Integration in die Finanzplattform des OSPlus. Auf dieser Grundlage entsteht ein System, das digitale Informationen und per-

sönliche Beratung nahtlos miteinander verbindet. Kunden der Sparkassen können ihre Vorhaben an jedem Kontaktpunkt fortsetzen, ohne Daten erneut eingeben zu müssen.

Durch diese Vereinheitlichung werden Beratungs- und Prozesslogiken zunehmend systemisch abgebildet und automatisiert – und damit weniger abhängig von einzelnen Personen. Das ist auch organisatorisch von Bedeutung, denn viele erfahrene Mitarbeiter der Sparkassen werden in den kommenden Jahren in den Ruhestand gehen. Die übergreifende Standardisierung sorgt dafür, dass Wissen erhalten bleibt, Abläufe stabil bleiben und die Qualität verlässlich gesichert ist. So entsteht ein geschlossenes, konsistentes und skalierbares digitales Ökosystem über alle Kanäle hinweg.

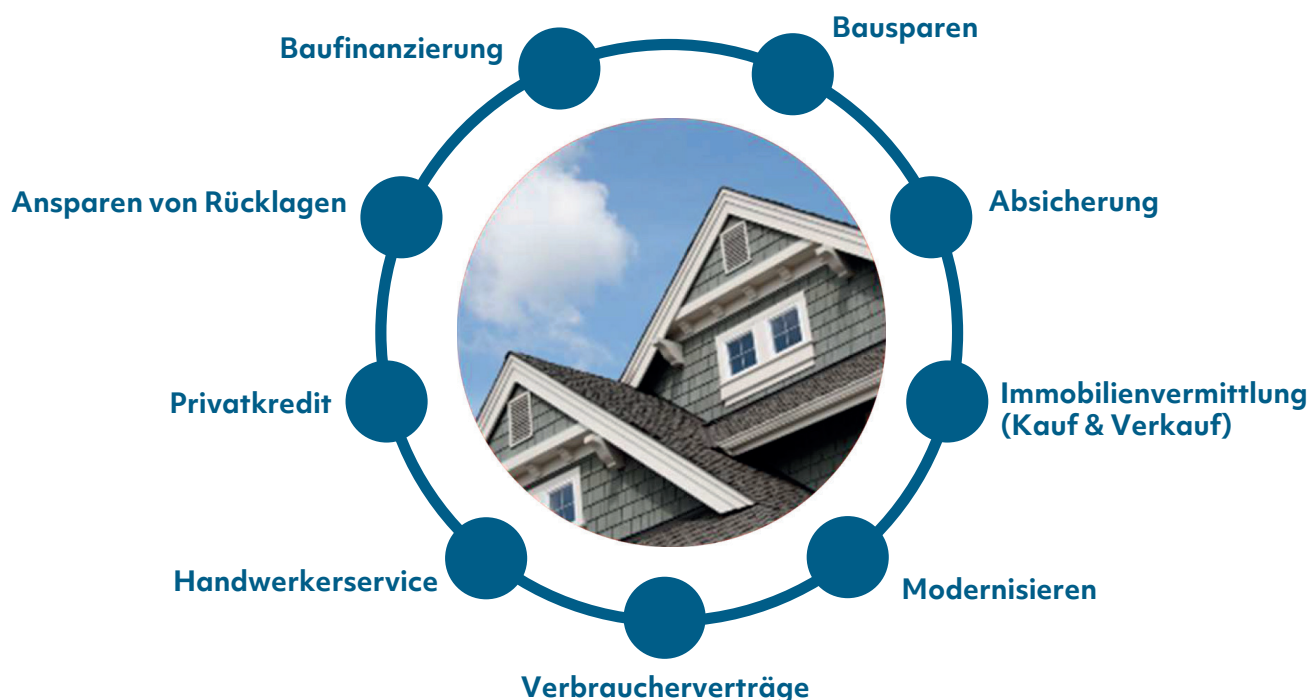
Der Effekt wird besonders in der frühen Phase der Kundenreise sichtbar: Kunden der Sparkassen finden in der App Sparkasse und der Internet-Filiale eine komfortable Immobiliensuche. Aus dem Exposé ihres Wunschobjekts heraus können nicht nur direkt Makler oder Berater kontaktiert werden, sondern alle Daten werden automatisch in eine Finanzierungsanfrage übernommen. Immobilienbesitzer können eine Marktpreisindikation für ihre eigene Immo-



Foto: Finanz Informatik

Tabitha Kleine, Geschäftsbereichsleiterin Kredite, Immobilie und AI, Finanz Informatik GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main

Abbildung 1: Das rudi-Ökosystem als Zielbild



Quelle: Finanz Informatik

lie abrufen und so ein erstes Gefühl für den möglichen Wert gewinnen. Wenn daraufhin ein Finanzierungsvorhaben entsteht, lässt sich auch hier vollständig digital und ohne persönliche Terminbindung ein verbindliches Konditionenangebot einholen. Diese Angebote können bei Bedarf später nahtlos in die persönliche Beratung überführt werden, ohne erneute Datenerfassung oder Unterbrechung.

Gleichzeitig gilt erstmals: Viele Vorhaben lassen sich vollständig digital und fallabschließend umsetzen. Digitale Selbstständigkeit und persönliche Beratung ergänzen sich damit ideal. Kun-

den wählen für jedes Vorhaben genau den Weg, der zu ihrer Situation passt. Sie erhalten somit ein konsistentes Erlebnis über alle Kontaktpunkte hinweg. Das Signal an die Kunden lässt sich unter das Versprechen stellen: „Wenn’s um Immobilie geht, Sparkasse“.

### Strategische Leitidee – Immobilie als Assetklasse

Dieses Versprechen passt auch aus anderen Gründen sehr gut. Die Erwartungen der Kunden – und ebenso von Interessenten, die noch nicht Kunden der Sparkasse sind – gehen längst über die reine Finanzierung hinaus. Deshalb betrachtet rudi die Immobilie nicht als einmaliges Finanzierungsthema, sondern als langfristige Assetklasse. Dieser Perspektivwechsel ist strategisch bedeutsam, denn er erweitert den Blick auf die Kundensituation und eröffnet neue Anknüpfungspunkte entlang der gesamten Immobilienreise.

Interessenten können über Rechner, die Immobiliensuche oder eine Marktpreisindikation erste Informationen einholen, sich orientieren und mögliche Vorhaben konkretisieren. Für Bestandskunden entsteht darüber hinaus ein zusätzlicher Mehrwert. In die Ge-

samtsicht des Kunden bei den Sparkassen fließen künftig nicht nur Kontodaten und Einkommensinformationen ein, sondern auch Angaben wie etwa eine Marktpreisindikation, Modernisierungspläne oder Objektmerkmale. Dadurch wird das Gesamtbild vollständiger, die Ansprache präziser und die Beratung kontextbezogener.

Kunden der Institute finden durch rudi ebenfalls Unterstützung bei der Suche, der Modernisierung und energetischen Sanierung ihrer Immobilie, bei der Vermietung sowie bei der Weitergabe oder dem Verkauf – und damit einen Service, der bisher vor allem auf spezialisierten Plattformen zu finden war. Die Sparkassen rücken damit noch näher an den tatsächlichen Lebenszyklus einer Immobilie heran und schaffen zahlreiche wiederkehrende Kontaktpunkte. Für die Institute bedeutet das neue Ertragspotenziale, für die Kundschaft ein deutlich verbessertes Nutzungserlebnis.

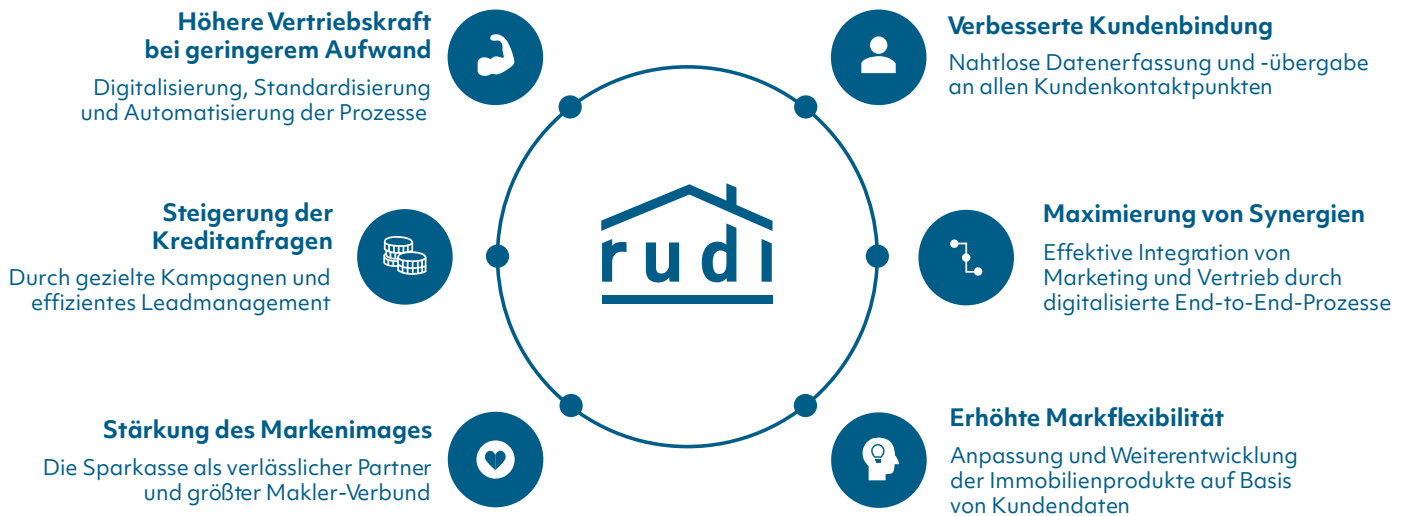
### Cockpit Immobilie als Alternative zu Plattformen

Kunden ebenso wie Interessenten möchten überall, ob in der Filiale, zu Hause oder unterwegs, „alles“ erledigen.



Valentin Winter, Bereichsleiter Baufinanzierung und Kreditprozesse, Finanz Informatik GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main

Abbildung 2: Das „Cockpit Immobilie I“



Quelle: Finanz Informatik

gen können. Digital ist dies über das Cockpit Immobilie möglich. Als zentraler Einstiegspunkt macht es Immobilienenthenen über verschiedene Kanäle zugänglich – von der Website der Sparkasse über die Online-Filiale bis hin zur App Sparkasse. Dort finden Nutzer eine übersichtliche Darstellung aller Aspekte einer Immobilienreise, von der Immobiliensuche über die Finanzierung bis hin zur Marktpreisindikation für Immobilienbesitzende sowie zu Modernisierungs- und Energieeffizienzthemen. Ergänzt wird dies durch weiterführende Angebote rund um Absicherung, geprüfte Handwerkservices und Energieberatung.

Für Eigenheimbesitzer entsteht die Möglichkeit, die „eigene Immobilie zu managen“ – die Wertentwicklung im Blick zu behalten, Modernisierungsvorhaben zu planen, Vermietungsoptionen zu prüfen und zukünftige Schritte frühzeitig vorzubereiten. Auch eine Prolongation von Finanzierungen im Self-Service gehört mit zum digitalen Angebot. Es kann Gutachterinformationen, Checklisten und geprüfte Handwerkerkontakte bereitstellen, die weit über den Finanzierungsvorgang hinaus einen Mehrwert bieten. So entstehen viele neue – digitale wie persönliche – Kontaktpunkte zwischen Kunde und Sparkasse.

Das Cockpit stärkt zudem das persönliche Maklergeschäft der Institute.

Indem Informationen, Vergleichswerte und unterstützende Services gebündelt werden, entsteht eine attraktive Alternative zu Plattformen, die Kunden bisher häufig als erste Anlaufstelle nutzten. So bleibt die Sparkasse dauerhaft im Prozess präsent.

### Transparenz als strategischer Vorteil

Es lohnt ein genauerer Blick auf das Thema Transparenz: Vergleichsportale haben das Verhalten der Kunden nachhaltig verändert. Heute ist es selbstverständlich, Finanzierungsangebote transparent einzusehen und zu vergleichen. Die FI-Tochter Finmas arbeitet beispielsweise an einer Lösung, die Marktplatzangebote so aufbereitet, dass Sparkassenkunden künftig transparente Vergleichsangebote direkt bei ihrem Institut erhalten – auch mit Angeboten anderer Banken.

Das mag zunächst irritieren, ist jedoch nachvollziehbar: Kunden vergleichen ohnehin. Die entscheidende Frage ist, ob dies anonym auf einer Plattform oder im vertrauensvollen Umfeld der Sparkasse geschieht. Erste A/B-Tests zeigen, dass diejenigen, die transparente Vergleiche direkt von der Sparkasse erhalten, sich bewusst für ihr Institut entscheiden, unter anderem, weil sie von den Vorteilen der persönlichen Betreuung überzeugt sind.

Transparenz stellt somit keine Gefahr dar, sondern bietet einen Vertrauensvorteil. Das entscheidende Differenzierungsmerkmal ist die Objektivität. Der Beratungsanspruch der Sparkassen wird gestärkt, weil deren Kunden erkennen, wo sie stehen, und verstehen, warum die Sparkasse mit ihrer Kombination aus fairen Konditionen und persönlicher Nähe die richtige Wahl ist.

### Online-Baufinanzierung: OSPlus integriert und fallabschließend

Eine zentrale Säule bei rudi ist selbstverständlich auch die Online-Baufinanzierung. Sie ermöglicht es, Finanzierungen eigenständig zu planen und, wenn gewünscht, digital vollständig abzuwickeln. Für die Institute ergeben sich dadurch mehrere Vorteile. Die Bearbeitungszeiten verkürzen sich deutlich und die Berater können sich auf diejenigen Kunden konzentrieren, die einen persönlichen Beratungsbedarf oder Vorhaben im beratungspflichtigen Geschäft haben. Die FI gewährleistet durch die Integration in OSPlus eine stabile Prozessqualität sowie reibungslose Datenflüsse. Automatisierte Vorprüfungen, ein strukturiertes Routing und die Einbindung der digitalen Antragsdaten in OSPlus sorgen dafür, dass alle Beteiligten jederzeit mit denselben Informationen arbeiten.

Mit dem neuen Dokumenten-Upload können die für die Baufinanzierung benötigten Unterlagen bequem von überall und zu jeder Zeit hochgeladen werden. Dank der Integration künstlicher Intelligenz werden die Dokumente automatisch erkannt und ausgelesen. Dadurch reduzieren sich manuelle Bearbeitungszeiten, und die Effizienz steigt deutlich.

Mit der qualifizierten elektronischen Signatur lassen sich die Darlehensverträge von jedem Ort aus rechtssicher unterzeichnen. So entfallen unnötige Wege, Termine sowie der Druck zahlreicher Dokumente und Verträge.

Wenn das Darlehen zur Auszahlung bereitsteht, können Kunden die Valutierung ebenfalls komfortabel und sicher eigenständig veranlassen. Diese Verkürzung der Prozesse führt zu weiteren Effizienzsteigerungen.

ten Komponenten eingeführt haben und diese aktiv nutzen. Die Freischaltung erfolgt in den Instituten schrittweise. Gleichzeitig entwickeln die beteiligten Partner das System technisch, inhaltlich und organisatorisch kontinuierlich weiter.

### Mehr Kundenzentrierung im Immobiliengeschäft

Bereits heute zeigt sich jedoch, dass rudi mehr ist als die Summe seiner Teile. Durch das Zusammenspiel zentraler Bausteine wie dem Cockpit Immobilie und der Online-Baufinanzierung wird das Immobiliengeschäft der Sparkassen kundenzentrierter, transparenter und deutlich näher an den

tatsächlichen Bedürfnissen der Menschen. Kunden können Immobilien Themen flexibel digital oder persönlich bearbeiten, während die Institute von durchgängigen Prozessen, Effizienzgewinnen und messbar höheren Erträgen profitieren.

Die Sparkassen-Finanzgruppe bleibt damit nah am Kunden, stärkt die persönliche Beratung und nutzt digitale Möglichkeiten, um das Immobiliengeschäft strategisch für die Zukunft auszurichten. rudi wird Schritt für Schritt runder – und mit jeder Ausbaustufe wächst der Vorteil für die Institute, die ihr Immobiliengeschäft konsequent modernisieren und sich im Wettbewerb nachhaltig positionieren wollen. ■

### Neue Möglichkeiten im Vertrieb

Auch im Vertrieb eröffnen sich neue Möglichkeiten. Kunden, die eine rein digitale Abwicklung bevorzugen, werden mit diesem Angebot erstmals direkt angesprochen. Wer später den persönlichen Austausch sucht, kann diesen jederzeit wählen, wobei dem jeweiligen Institut dann bereits alle relevanten Informationen vorliegen. Genau diese Verbindung aus digitalem Komfort und persönlicher Beratung erhöht die Kundenbindung und stärkt die Abschlussquote.

rudi bildet als Ökosystem im Kontext Immobilie & Wohnen die gesamte Kundenreise ab. Digitale Services und Prozesse und persönliche Beratung greifen ineinander. Kunden finden in der App und online ein umfassendes Angebot rund um die Immobilie. Aufgaben wie etwa Dokumentenuploads oder formale Prüfungsschritte werden zudem zunehmend automatisiert, teilweise KI-gestützt, sodass Berater mehr Zeit für die eigentliche Beratung haben und weniger für Routinearbeiten aufwenden müssen. Das Ergebnis ist ein schnellerer, qualitativ hochwertiger Prozess, der Kundenerwartungen digital erfüllt, Bearbeitungszeiten reduziert und die Institute spürbar entlastet.

rudi entfaltet dabei seine volle Wirkung, wenn alle Institute die relevan-