

Frage an Wolfgang Zender

Was erwarten die Sparkassen von freien Maklervertrieben?

Lange beharrten die Sparkassen auf der Geschäftsstelle als einzigem Vertriebsweg für ihre privaten Baufinanzierungen, weil nur dort richtig beraten werden könne. Aber wurde auch ebenso gut vermittelt? Der Erosion von Marktanteilen, die vorwiegend an Makler und Internetvertriebe verloren wurden, soll mit neuen Kooperationen Einhalt geboten werden. Online-Plattformen entsprechen mittlerweile den speziellen Anforderungen der Sparkassen, wie der Autor darlegt. So können wieder Kunden erreicht werden, die die Sparkasse bislang nicht als Finanzierungspartner wahrnehmen. (Red.)

Der Allfinanzdienstleister Hypoport AG und der Ostdeutsche Sparkassenverband (OSV) werden in Zukunft beim Baufinanzierungsgeschäft enger zusammenarbeiten. Die Kooperation unter dem Dach der neu gegründeten Finmas GmbH öffnet den Mitgliedern der Sparkassen-Finanzgruppe exklusiven Zugang zu einem innovativen und stark wachsenden Finanzmarkt. Damit erschließen sich die Institute sowohl zusätzliche Absatzmärkte im medialen Vertrieb als auch Optimierungspotenziale bei den Prozessen.

Internet als elementarer Bestandteil des Vertriebs

Das Internet ist als elementarer Bestandteil im Vertrieb von Finanzdienstleistungen aus dem deutschen Bankenmarkt nicht mehr wegzudenken. Ein erfolgreich durchgeführtes Pilotprojekt des Sparkassenverbands Bayern in Kooperation mit der Interhyp AG zeigte, dass auch erklärungsbedürftige Finanzprodukte wie Baufinanzierungen mittlerweile „online-fähig“ sind und über den medialen Vertrieb neue Kunden gewonnen und zusätzliches Geschäft generiert werden kann.

Aufgrund der positiven Erfahrungen der bayrischen Kollegen entschloss sich der Ostdeutsche Sparkassenverband (OSV) eine Kooperation mit der Hypoport AG einzugehen. Die Hypoport AG betreibt bereits seit Langem das Portal Europeace, einen B2B-Finanzmarkt für Vermittler und Banken. Im Jahr 2008 wurden über die web-basierte Plattform Immobilienfinanzierungen und Ratenkredite

mit einem Transaktionsvolumen von insgesamt 14,6 Milliarden Euro abgewickelt. Die Immobilientransaktionen, die in den Geschäftsgebieten der Mitgliedsinstitute des OSV finanziert wurden, machten dabei einen Anteil von 3,2 Milliarden Euro aus. Eine beachtliche Summe, an der die Sparkassen bisher nicht partizipiert haben, da sie sich in der Vergangenheit vorrangig auf den stationären Vertrieb konzentrierten. Um auch zukünftig Marktführer zu sein, müssen die Sparkassen für sich neue Vertriebswege erschließen.

Mit dem im Oktober neu gegründeten „Finanzmarktplatz für Sparkassen“, kurz Finmas, soll die Marktführerposition der Sparkassen im Bereich Baufinanzierung gefestigt und weiter ausgebaut werden. Dabei setzt man explizit auf die bisher weniger stark genutzten Vertriebswege Vermittler und Internet. Ein zukunftswei-

sender Schritt. Als Marktführer müssen die Sparkassen immer wieder neue Wege erproben, um den Kunden ihre Produkte näher zu bringen. Wir reagieren damit flexibel auf die Wünsche unserer Kunden. Mit Finmas erreichen wir die Menschen, die sich außerhalb der Geschäftsstelle über Baufinanzierungen erkundigen wollen.

Der exklusive Marktplatz für die Sparkassen

Die neue Plattform bringt eine Vielzahl von Produktanbietern und Vertrieben zusammen und steigert so die Effizienz in der Vermittlung von Angeboten im Baufinanzierungsbereich. Sparkassen haben mit Finmas die Möglichkeit, neben den eigenen Vertriebskanälen auch fremde Vertriebskanäle für sich zu erschließen. Zusätzlich können die Institute entscheiden, ob sie Finanzprodukte von anderen Finanzdienstleistern oder Banken für sich nutzen wollen.

So kann eine Sparkasse beispielsweise die Finanzierung von 100 Prozent des Beleihungswertes gewährleisten, auch wenn sie selbst nur die Finanzierung bis 80 Prozent übernehmen will. Die Finanzierung der fehlenden 20 Prozent erfolgt durch einen Finanzpartner, und zwar ohne zusätzlichen Aufwand für den Kunden – bequem, online, aus einer Hand. Somit kann der Kunde in der eigenen Organisation gehalten werden. Gleichzeitig generieren wir zusätzliche



Wolfgang Zender,
Verbandsgeschäftsführer,
Ostdeutscher Sparkassenverband,
Berlin

Erträge aus der Vermittlung der Teilfinanzierung.

Einsatz der Plattform im LBS-Außendienst

Das neue Geschäftsmodell Finmas bietet den Sparkassen erstklassige Chancen, die alternativen Vertriebswege individuell auszubauen. Jedes Institut, aber auch die Verbundpartner, wie die LBS-Gruppe oder die öffentlichen Versicherer, profitieren. Dabei liegt die Entscheidung über das „ob“, „wie“, „was“ und „mit wem“ alleine bei dem jeweiligen Marktplatztteilnehmer. So können die Finmas-Teilnehmer auf der Internet-Plattform nur als Produkthanbieter auftreten und ihre Baufinanzierungen anbieten. Oder sie nutzen das Portal für den Vertrieb weiterer Bankprodukte, wie zum Beispiel die Gebäudeversicherung passend zur Baufinanzierung.

Weiterhin können die Institute selbst als Vertriebspartner auftreten, um zum Beispiel den mobilen Vertrieb oder den Drittvertrieb (Makler) mit der Plattform auszustatten. So wird die LBS Ost ihrem Außendienst die Plattform komplett für den Vertrieb zur Verfügung stellen. Aber auch externe Vermittler können als Vertriebspartner eingebunden werden, um so die ganze Bandbreite der alternativen Vertriebswege für die Sparkassenorganisation optimal zu nutzen. „Dabei geht es nicht darum, dem stationären Vertrieb das Geschäft abzunehmen, sondern wir wollen die Kunden erreichen, die heute die Sparkasse nicht mehr als Finanzierungspartner wahrnehmen. Diese Kunden treten mittlerweile direkt an die Vermittler heran und platzieren dort ihren Finanzierungswunsch.“

Keine Investitions- und Kostenrisiken für Finmas-Teilnehmer

Da Finmas auf Grundlage der Web-Plattform Europace läuft, werden an den Benutzer minimale Anforderungen bei der Bedienung gestellt. Eine komfortable Benutzerführung ermöglicht auch weniger Geübten den schnellen und sicheren Umgang mit der Technik. Gleichzeitig wird den Anforderungen der einzelnen Sparkasse an die Bonität der Kreditnehmer, Qualität der Antragsdokumentation, des Beleihungsobjektes et cetera entsprochen. In dem neuen Marktplatz

kann jedes Institut seine ganz individuellen Anforderungen abbilden. Dieses erfolgt über den sogenannten Produktmaster. Hier gibt die Sparkasse ihre Rahmen- und Kreditvergabebedingungen vor, die sie jederzeit bei sich ändernden Anforderungen anpassen kann. Bei der automatisierten Auswahl des für den Kunden optimalen Angebotes werden alle diese Anforderungen berücksichtigt.

Um zusätzlichen Aufwand für die Marktplatztteilnehmer zu vermeiden, übernimmt die Finmas die administrativen Arbeiten, wie das Führen und Anlegen neuer Vertriebspartner, das Vertragsmanagement, die Provisionsabrechnung und so weiter. Die administrativen Arbeiten durch die Nutzung der Plattform werden dadurch auf ein Minimum reduziert. Für die Unterstützung erhält Finmas eine Transaktionsgebühr, die äußerst niedrig ist und zudem nur bei einem tatsächlichen Geschäftsabschluss fällig wird. Somit entstehen den Finmas-Teilnehmern keinerlei Investitions- und Kostenrisiken.

Einfaches Preismodell, spezielles Geschäftsmodell

Die Eigenständigkeit der teilnehmenden Institute wird bei Finmas großgeschrieben. Denn die Sparkassen behalten die Preishoheit und bestimmen die Konditionen frei entsprechend der hauseigenen Preispolitik. Zusätzlich geben sie die Vermittlungsprovision für den Vertrieb vor, die – verteilt auf die jeweilige Laufzeit der Finanzierung – in die Kondition eingerechnet wird. Zuletzt wird die Gebühr für die Finmas einkalkuliert. Dabei muss man hervorheben, dass die endgültige Entscheidung über die Finanzierung bei der Sparkasse liegt. Sie muss das Geschäft annehmen, damit es zustande kommt.

Weitere spezifische Merkmale des Geschäftsmodells sind die Einhaltung des Regionalprinzips sowie die vertragliche fixierte Exklusivität für die Sparkassenfinanzgruppe. Wir sind sicher, dass wir mit dem eingegangenen Joint-Venture mit der Hypoport AG unsere Sparkassen unterstützen, auch in Zukunft nicht nur markt- und wettbewerbsfähig zu sein, sondern Marktführer zu bleiben. ■