

## REVOLUTION DER BAUFINANZIERUNG

# Der Kampf um den Kunden

Immer mehr Wettbewerber wie Direktbanken und Direkt-Finanzierungsvermittler drängten in den vergangenen Jahren in den Markt, um mit neuen Vertriebskonzepten und Ideen den traditionellen Banken Marktanteile im Baufinanzierungsgeschäft streitig zu machen. Neueste Zahlen belegen, dass vor allem die Vermittler damit äußerst erfolgreich waren - und zwar in einem solchen Ausmaß, dass Experten die bankenunabhängigen Finanzdienstleister mit ihrem Plattformgeschäft als die neuen Sterne am Finanzierungshimmel sehen.

Weder die Corona-Krise noch die seit nahezu einem Jahrzehnt steigenden Immobilienpreise konnten die Nachfrage nach Häusern, Wohnungen und Gewerbeimmobilien stoppen. Zum Ende des 2. Quartals 2020 legte der Immobilienpreisindex des Verbands deutscher Pfandbriefbanken für Wohneigentum in Deutschland im Vergleich zum 1. Quartal 2019 um 6 Prozent zu und steht nun bei 170,3 Punkten. Das bedeutet, dass die Immobilienpreise für Eigenheime, Eigentumswohnungen und Mehrfamilienhäuser seit 2008 um rund 70 Prozent gestiegen sind.

Daneben zeigte sich auch der Gewerbeimmobilienmarkt trotz eines flächendeckenden Lockdowns mit einem Anstieg von 3,9 Prozent gegenüber dem 2. Quartal 2019 äußerst robust, auch wenn sich die einzelnen Teilmärkte sehr unterschiedlich entwickelt haben. Erwartungsgemäß liefen die Geschäfte mit Lager- und Logistikimmobilien trotz der Covid-19-Krise gut, während die Geschäfte mit Einzelhandels- und Gastronomieimmobilien deutlich schwieriger geworden sind.

Auch für die folgenden Jahre zeichnet sich ab, dass die Nachfrage insbesondere nach Wohnimmobilien trotz Kurzarbeit und Wirtschaftseinbruch und der damit verbundenen Unsicherheit über die zukünftige Arbeits- und Einkommenssituation hoch bleiben wird. Geschuldet ist dies der Tatsache, dass die Finanzierungsbedingungen aufgrund der expansiven Geldpolitik der Europäischen Zentralbank nach wie vor äußerst günstig sind und Wohnraum zu einem knappen Gut geworden ist.

Der Anlagenotstand, die Furcht vor einer Geldentwertung sowie die kontinuierlich steigenden Neuvertragsmieten befeuern den Immobilienmarkt zusätzlich. Zudem haben die Menschen seit der Corona-Pandemie den eigenen Wohnraum schätzen gelernt. Das gilt insbeson-

dere für Wohnimmobilien, die über Garten, Terrasse oder Balkon verfügen. Auch werden die eigenen vier Wände von vielen Menschen mit Sicherheit und Geborgenheit assoziiert. Beides sind emotional behaftete Werte, die in unsicheren Zeiten eine besonders hohe Bedeutung haben und die Wohnwünsche der Menschen prägen werden.



### **Baufinanzierungsgeschäft lässt Kreditmargen wachsen**

Die anhaltend hohe Nachfrage nach Wohnimmobilien und die immer weiter steigenden Immobilienpreise treiben auch das Baufinanzierungsgeschäft der Banken und Sparkassen weiter an. Denn je teurer die eigenen vier Wände sind, desto größer fällt üblicherweise auch die Kreditsumme aus, die bei Geldhäusern aufgenommen werden muss.

Wie stark das Baufinanzierungsgeschäft der Banken und Sparkassen floriert, zeigen die neuesten Zahlen des Verbands deutscher Pfandbriefbanken und der Deutschen Bundesbank. Zum Ende des 2. Quartals des Jahres 2020 belief sich die Summe der von den Geldhäusern für den Wohnungsbau vergebenen Kredite auf insgesamt rund 1,51 Bio. €. Das entspricht nicht nur einem kräftigen Plus von 5,8 Prozent gegenüber dem 2. Quartal des Vorjahres, sondern dieser Wert markiert auch das höchste Wachstum seit 1999 und 2000.

Auch das Gesamtvolumen des Neugeschäfts in der Baufinanzierung – inklusive Ablösungen von Darlehen eines fremden Instituts, aber ohne Prolongationen bestehender Darlehen bei demselben Institut – legte rekordverdächtig zu. Die neu ausgezahlten Darlehen sämtlicher Banken, Bausparkassen und Lebensversicherer in Deutschland lagen für den Bau, Erwerb und die Modernisierung von Wohnimmobilien per 2. Quartal 2020 bei 124,4 Mrd. €. Im Vergleich zum Vorjahresquartal entspricht das einem Zuwachs von 8,6 Prozent. ► 1

Grundsätzlich dürften sich die Banken und Sparkassen über den nicht zu stoppenden Immobilienboom freuen, denn die Baufinanzierungssparte hat eine hohe geschäftspolitische Bedeutung für die hiesigen Geldhäuser. Schließlich machen Darlehen für Wohnungen und Häuser den Löwenanteil am Kreditgeschäft der Institute aus.

Nach einer aktuellen Analyse der Unternehmensberatungsgesellschaft PwC belief sich der Anteil der Darlehen für Wohnungen und

Häuser am Gesamtkreditbestand deutscher Banken im Jahr 2019 auf insgesamt 42 Prozent. Das ist ein Rekordwert, der auch die Zinserträge, die den Banken und Sparkassen aus Baufinanzierungen zufließen, im vergangenen Jahr auf rund 13 Mrd. € steigen ließ. Die Einnahmen aus Baufinanzierungen machten damit stolze 15 Prozent der gesamten Zinserträge der deutschen Kreditinstitute aus. Ein Vergleich mit dem Jahr 2012 zeigt, dass dieses überaus positive Ergebnis einer Zunahme von 9,5 Prozent oder einer Verdreifachung innerhalb von sieben Jahren entspricht.

Die Dynamik am Immobilienmarkt spiegelte sich auch in steigenden Kreditmargen der hiesigen Geldhäuser wider. Wie PwC berichtete, lag die durchschnittliche Kreditmarge 2019 bei 1,08 Prozentpunkten und damit über den Margen der beiden Vorjahre, die bei 1,02 Prozent (2017) und 0,94 Prozent (2018) lagen. ► 2

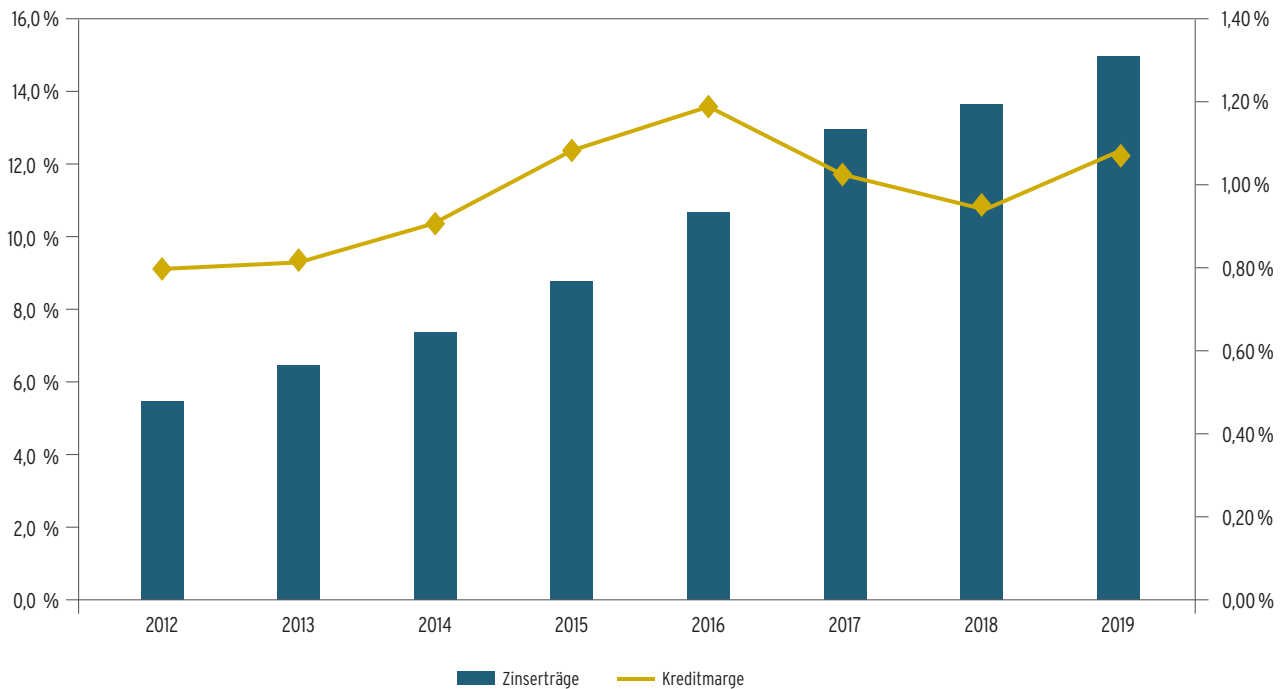
Interessant ist auch die Beobachtung, dass nahezu alle Bankengruppen vom anhaltenden Baufinanzierungsboom profitieren konnten. 2019 hatten die Sparkassen mit einem Marktanteil von 32,15 Prozent wie auch in den Vorjahren die Nase vorn, gefolgt von den Kreditbanken mit einem Marktanteil von 24,57 Prozent und den Kreditgenossenschaften (24,02 Prozent). Die Bausparkassen kamen 2019 auf einen Marktanteil von immerhin 10,07 Prozent.

### **Präsenzbanken mutieren zu reinen Produktgebern**

Bauchschmerzen dürfte den hiesigen Geldhäusern hingegen die Tatsache bereiten, dass immer mehr private Kunden ihre Baufinanzierung über digitale Vermittlungsplattformen abschließen.

Warum private Kunden das tun, liegt auf der Hand: Das Internet macht es möglich, mit nur wenigen Klicks und der Eingabe von persönlichen Daten sowie Eckdaten zum Finanzierungsvorhaben eine unverbindliche Finanzierungsanfrage zu stellen. Die Finanzierungsvorschläge, die private Kunden dann innerhalb weniger Stunden per E-Mail von ihrem persönlich zugeordneten Berater erhalten, zeichnen sich durch besonders günstige Zinskonditionen aus. Das liegt daran, dass Baufinanzierungsvermittler auf die Angebote einer Vielzahl unterschiedlicher Kreditinstitute aus ganz Deutschland zurückgreifen können, was für die Transparenz höchst förderlich ist.

## 2 | Anteil der Zinserträge aus dem Baufinanzierungsgeschäft dt. Banken und Entwicklung der Kreditmarge



Quelle: PwC.

Diese Vielfalt ermöglicht es auch, unterschiedliche Finanzierungsszenarien durchzuspielen, die etwa auch Optionen für Sondertilgungen und Tilgungsveränderungen während der Vertragslaufzeit umfassen. Feinjustierungen sind ebenfalls jederzeit möglich, sodass die Immobilienfinanzierung passgenau auf den einzelnen Kunden zugeschnitten werden kann.

Hat der Kunde schließlich die digital abrufbare Selbstauskunft sowie Vermögensaufstellung inklusive Immobilienübersicht ausgefüllt und unterschrieben und sind auch alle weiteren Modalitäten geklärt, so ist die Baufinanzierung sehr schnell, das heißt binnen weniger Tage, unter Dach und Fach gebracht.

Klassische Filial- beziehungsweise Präsenzbanken brauchen mitunter deutlich länger, um das Finanzierungsvorhaben vertraglich abzuwickeln. Sechs Wochen oder länger sind oftmals keine Seltenheit – mit der Konsequenz, dass sich Immobilienverkäufer häufig für einen anderen Interessenten entscheiden, der mit einer schnelleren Finanzierungszusage punkten kann. Und stellt sich im Nachhinein heraus, dass die persönlichen Verhältnisse des Kunden doch nicht so optimal wie angenommen waren, so verzögert sich das ganze Prozedere weiterhin. Zudem sind die Konditionen meistens um einiges schlechter als bei einer Finanzierungsanfrage über eine Vermittlungsplattform.

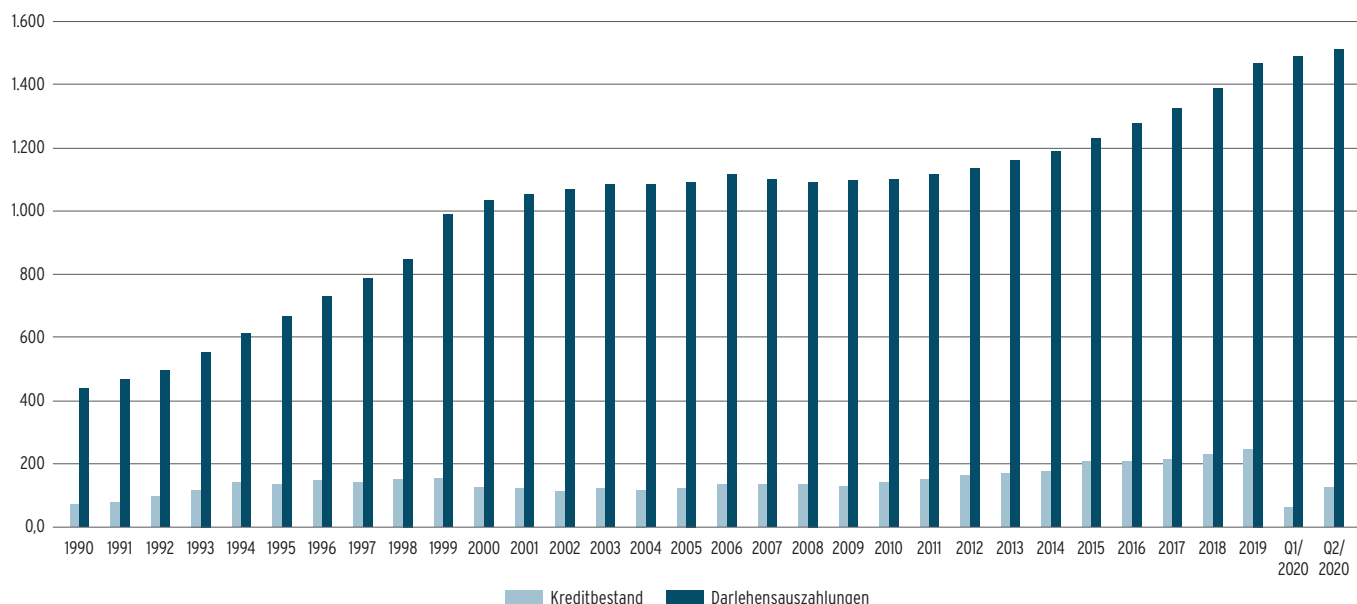
### Der Service-Gedanke wird wichtiger

Neben den Konditionen spielt für den angehenden Immobilienbesitzer aber auch der Service eine ganz besondere Rolle: Nicht selten hat dieser das Gefühl, bei seiner Hausbank zum Bittsteller zu werden. Vor allem dann, wenn Finanzierungsanfragen unbeantwortet bleiben, der versprochene Rückruf des Beraters nicht erfolgt oder die Vertragsverhandlungen sich äußerst langwierig und mühselig gestalten. Es ist dann nur noch eine Frage der Zeit, bis der Kunde seiner Hausbank den Rücken kehrt und lieber gleich den Abschluss einer Baufinanzierung über eine Vertriebsplattform im Internet anstrebt. Zudem sprechen sich negative Erfahrungen herum, und manch potenzieller Kunde wird daher gar nicht erst den Versuch wagen, bei seiner Hausbank nach einer Baufinanzierung zu fragen.

Angesichts der Vorzüge, die das Plattformgeschäft gegenüber der klassischen Filialbank beziehungsweise Präsenzbank hat, ist es nicht verwunderlich, dass sich die Marktanteile zugunsten der Direkt-Vermittler und auch der klassischen Direktbanken in den vergangenen Jahren immer weiter verschoben haben. Eine Auswertung von „Der Bank Blog“ zeigt, dass im Jahr 2005 ein Großteil der Vertragsabschlüsse im Baufinanzierungsgeschäft in Deutschland noch über Filialbanken erfolgte. Dementsprechend konnten die Filialbanken zu diesem Zeitpunkt einen recht großen Marktanteil im Baufinanzierungsneugeschäft von rund 70 Prozent verbuchen. Vermittler und Direktbanken kamen auf einen Anteil von lediglich 15 Prozent. Im Jahr 2015 sah es dann

## 1 | Wohnimmobilienfinanzierung in Deutschland von 1990 bis zum 2. Quartal 2020

in Mrd. €



Quelle: Deutsche Bundesbank, Verband deutscher Pfandbriefbanken.

bereits ganz anders aus: Direktbanken und Vermittlern gelang es dank ihrer speziellen Vorzüge, ihren Marktanteil von 15 auf 40 Prozent auszubauen, der Marktanteil der Filialbanken verringerte sich hingegen von 70 auf 40 Prozent.

### Vermittlungsplattformen bauen Marktanteile aus

Doch warum drohen Banken und Sparkassen das Rennen um das ertragreiche Baufinanzierungsgeschäft zu verlieren? Schließlich finanzieren sie Immobilien doch weiterhin, auch wenn die Vermittlung über einen alternativen Vertriebsweg erfolgt?

Die Antwort ist einfach und liegt auf der Hand: Vertrieb kostet Geld, das in diesem Fall nicht bei der finanzierenden Bank verbleibt, sondern an den bankexternen Vermittler fließt. Oder anders ausgedrückt: Die Vermittlung über eine Internet-Vertriebsplattform geht auf Kosten der Provision. Das ist derzeit besonders ärgerlich, da das Provisionsgeschäft gerade in der aktuellen und anhaltenden Niedrigzinsphase eine wichtige Ertragsquelle für die hiesigen Geldhäuser ist.

Unschwer nachzuvollziehen ist außerdem, dass den Präsenzbanken durch die abnehmende Kundenbindung wichtige Cross-Selling-Potenziale verloren gehen. Auch gleichen sich durch die transparenten und leistungsstarken Baufinanzierungsportale die preislichen Finanzierungsbedingungen immer weiter an. Damit leidet auch das jeweilige Zinsgeschäft, oder es geht ganz verloren, wenn eben eine andere Bank den Zuschlag bei der Finanzierung erhält.

An dieser Stelle und mit Bezug auf die von PwC vorgelegten Zahlen werden sicherlich einige Optimisten aus dem Bankenbereich anmerken,

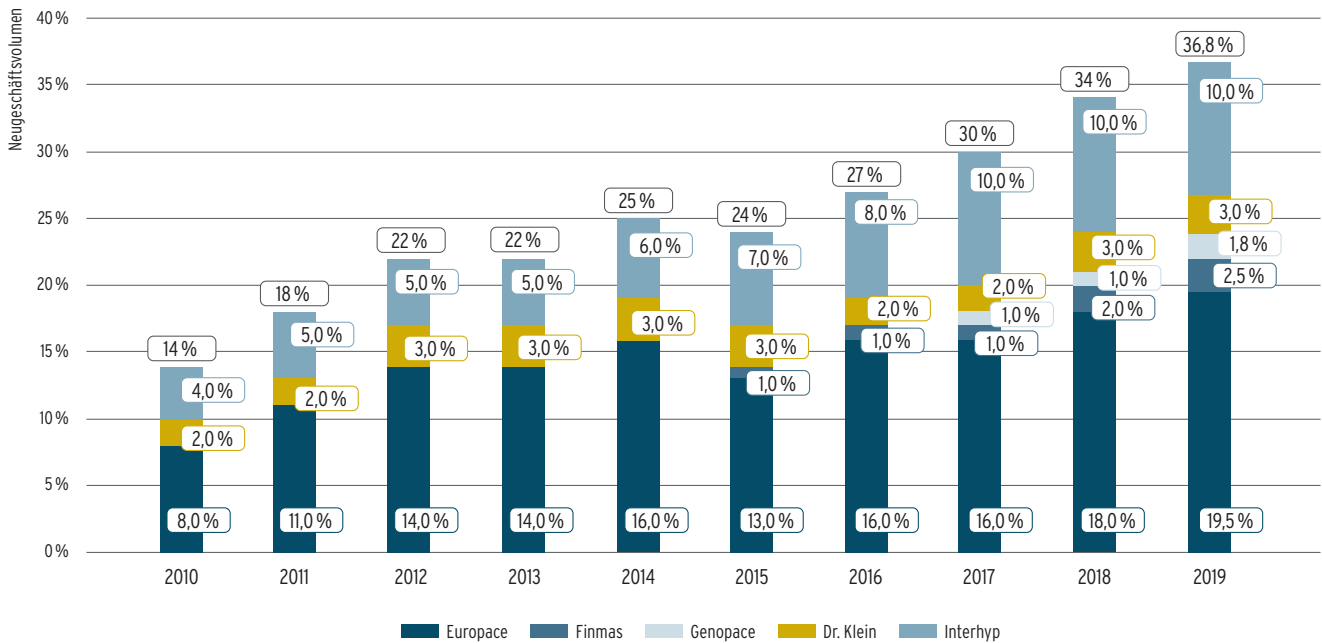
dass der Wettbewerb im Baufinanzierungsgeschäft gar nicht so schlimm sein kann, denn laut der Auswertung des Beratungshauses sind die Kreditmagen der Banken und Sparkassen 2019 dank der zurückgegangenen Preissensitivität der Kunden ja wieder gestiegen.

Dass diese Folgerung keine Allgemeingültigkeit besitzt und zu einem Trugschluss werden kann, wird spätestens dann deutlich, wenn die Immobilienpreise und folglich auch die Kaufnebenkosten weiter in die Höhe schnellen. Bereits jetzt sind Immobilien in exponierten Lagen bzw. in beliebten Städten für viele Normalverdiener unbezahlbar geworden. Viele Kunden werden deshalb mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder sehr genau auf die einzelnen Anbieter mit ihren entsprechenden Konditionen schauen, denn je nach Finanzierungsangebot kann der Unterschied während der Vertragslaufzeit schon mal mehrere tausend Euro betragen.

Allerdings sind es momentan vor allem die beiden Anbieter Hypoport und Interhyp, die aufgrund ihres massiven Wachstums den Banken und Sparkassen zunehmend gefährlich werden. Das gilt insbesondere für den Konzern Hyperport SE, der mit seinem konzerneigenen B2B-Kreditmarktplatz Europace, den Teilmarktplätzen Finmas und Genopace (auf denen Sparkassen und genossenschaftliche Institute Immobilienfinanzierungen, Bausparprodukte und Ratenkredite untereinander abwickeln) sowie dem internetbasierten und ungebundenen Finanzvertrieb Dr. Klein mittlerweile einen Marktanteil im Baufinanzierungsneugeschäft von 26,8 Prozent aufweist.

Zählt man den Marktanteil der Interhyp von 10 Prozent noch dazu, so decken beide Anbieter den gesamten Baufinanzierungsmarkt mittlerweile mit einem Anteil von 36,8 Prozent ab. Das heißt, dass im Jahr

### 3 | Marktanteile der beiden Anbieter Hypoport und Interhyp am Baufinanzierungsneugeschäft



Quelle: LOANCOS.

2019 bereits mehr als jede dritte Baufinanzierung über Hypoport oder Interhyp vermittelt worden ist. Der Anteil der beiden großen Vermittlungsplattformen 2019 entsprach im Übrigen Darlehensauszahlungen in Höhe von 90,5 Mrd. €, sodass auf den gesamten Restmarkt nur noch 154,5 Mrd. € entfielen. ► 3

#### Hypoport-Aktie geht durch die Decke

Experten prophezeien, dass die Wachstumstory der beiden großen Vermittlungsplattformen auch in Zukunft rasant weitergehen wird. Insbesondere gilt dies für den im SDAX notierten technologiebasierten Finanzdienstleister Hypoport SE mit Sitz in Berlin und Lübeck. Dieser konnte seinen Konzernumsatz trotz der Corona-Krise im 1. Halbjahr 2020 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreswert um 21 Prozent auf 189,4 Mio. € ausbauen. Damit stehen die Chancen mehr als gut, dass auch der erwirtschaftete Umsatz, der 2019 noch bei rund 377 Mio. € lag, im Jahr 2020 deutlich übertroffen und – wie vom Konzern erwartet – zwischen 400 und 440 Mio. € liegen wird. Der Ertrag vor Zinsen und Steuern (EBIT) wird vom Konzern für 2020 auf 35 bis 40 Mio. € geschätzt.

Auffällig ist, dass alle vier Geschäftsbereiche zur positiven Umsatzentwicklung beigetragen haben. Der Umsatz im Segment Kreditplattform legte im Vergleich zum 1. Halbjahr 2019 um 21 Prozent auf 79,5 Mio. € zu. Maßgeblicher Treiber war Europace, dessen Transaktionsvolumen im betrachteten Zeitraum um 31 Prozent auf 41,9 Mrd. € wuchs. Ein beachtlicher Schub kam von den Teilmärkten Finmas und Genopace, aber auch ungebundene Finanzierungsvertriebe sowie private Banken haben ihre Transaktionsvolumina steigern können.

Noch stärker entwickelte sich das Privatkundensegment. Die dort generierten Umsätze wuchsen im 1. Halbjahr 2020 um 24 Prozent auf

62,7 Mio. €. Geschuldet war dies vor allem der zentralen B2C-Marke Dr. Klein, die durch die voll-digitale Beratung sowie die digitale Abwicklung der Finanzierungsanfragen an Banken über Europace ihre Marktanteile deutlich ausbauen und damit ihre Position gegenüber weniger digitalaffinen Beratern weiter stärken konnte. Im Segment Immobilienplattform beliefen sich die Umsätze auf 26,7 Mio. € und stiegen um 28 Prozent, während die Sparte des Versicherungsplattformgeschäfts im 1. Halbjahr 2020 auf einen Umsatz von 21,2 Mio. € und ein Plus von 3 Prozent kam.

Angesichts dieser rasanten Entwicklung ging auch die Hyperport-Aktie regelrecht durch die Decke. Mit Stand vom 21. September 2020 hat das Papier, das aktuell bei rund 465,50 € notiert, in den vergangenen zwölf Monaten 106,87 Prozent an Wert gewonnen. Die Drei-Monats-Performance lag bei 20,87 Prozent. In der Zehn-Jahres-Betrachtung haben Aktionäre mit der Hypoport-Aktie per Saldo 6.167,88 Prozent an Wert gewonnen. Ein Einsatz in Höhe von 10.000 € wäre damit auf 616.788 € gestiegen.

#### Auch Interhyp und Baufi24 legen an Tempo zu

Die Interhyp, ein weiterer großer Vermittler für private Baufinanzierungen, legte ebenfalls eindrucksvolle Zahlen vor. Im Unterschied zu Hypoport ist die Interhyp Gruppe allerdings nicht börsennotiert, sodass auch keine Zwischenberichterstattung erfolgt, die nachfolgenden Zahlen somit auf dem Geschäftsbericht von 2019 basieren. Danach stieg das Finanzierungsvolumen im Jahr 2019 um rund 12 Prozent auf 24,5 Mrd. €, nach 22 Mrd. € im Jahr 2018. Die Umsatzerlöse kletterten um 10 Prozent auf 234,2 Mio. € (2018: 214 Mio. €), und auch der operative Vorsteuergewinn lag mit 83,8 Mio. € um 14 Prozent über dem

Vorjahreswert, den das Unternehmen mit 74 Mio. € auswies. Damit erreicht das von der Interhyp Gruppe seit dem Start im Jahr 2000 erfolgreich vermittelte Finanzierungsvolumen 170,1 Mrd. €.

Wie das Unternehmen mitteilte, korrespondiert dieser Wert mit über 948.537 Finanzierungen und bedeutet, dass sich in den letzten 20 Jahren rund 1,8 Millionen Menschen über Interhyp den Traum vom eigenen Zuhause erfüllten.

Neben den beiden Finanzdienstleistern Hypoport und Interhyp wächst auch die BauFi24 Baufinanzierung AG rasant. Nach Angaben von Michael Lorenz, Vorstand des auf Schnelligkeit abzielenden Finanzierungsvermittlers, konnte das Unternehmen im 1. Halbjahr 2020 und damit trotz der Corona-Krise das Finanzierungsvolumen im Vergleich zum Vorjahr um 89 Prozent steigern. Damit wurden 70 Prozent des Jahresziels schon in den ersten sechs Monaten erreicht. Lorenz rechnet deshalb mit einer Zielerfüllung von 120 Prozent für 2020 insgesamt.

Und auch zukünftig will das Unternehmen nicht den Fuß vom Gaspedal nehmen und die digitale Kundenberatung sowie seine Marktposition weiter ausbauen: Unter der Marke „LoanLink24“ sollen nun auch englischsprachige Kunden angesprochen werden. Dazu werden in industriellen Ballungszentren in Deutschland Büros mit englischsprachigen Finanzierungsexperten eröffnen.

## FAZIT

Die Baufinanzierung der Zukunft droht immer weiter in die Hände von digitalen Vermittlungsplattformen zu fallen. Die Gründe dafür sind hausgemacht: Die Investitionen in die Digitalisierung in der Finanzdienstleistungsbranche fallen noch immer sehr dürrftig aus. Zudem haben sich die hiesigen Geldhäuser lange Zeit als alternativlos gesehen und dabei zugeschaut, wie moderne und digitale Konkurrenten ihre Marktanteile im Baufinanzierungsgeschäft immer weiter ausbauen. Die Finanzmarktkrise von 2009 sowie aktuell die Corona-Krise haben für einen zusätzlichen Schub gesorgt. Die Gretchenfrage lautet demnach, wo das Ganze enden wird.

Glaut man den Einschätzungen führender Experten, so sieht es nicht gut für traditionelle Banken und Sparkassen aus: Die Beratungsfirma Investors Marketing prophezeit bereits, dass im Jahr 2025 jede zweite Baufinanzierung in Deutschland über eine Vertriebsplattform im Internet vermittelt wird. Auch Lars Schröter, Head of Business Development bei der Loancos GmbH, die Kredite im Auftrag von Banken, Versicherungen und sonstigen Finanzinstituten bearbeitet, unterstreicht diesen Trend und merkt an, dass sich in den Portfolios ohnehin bereits ein hoher Anteil

vermittelter Darlehen befinde. Traditionelle Institute werden damit weiter unter Druck geraten, wenn es ihnen nicht schnellstmöglich gelingt, ihr eigenes Digitalisierungsdefizit zu überwinden. Schröter bringt den Handlungsbedarf auf den Punkt: „Nur wer direktbankfähig ist, wird auf längere Sicht erfolgreich sein. Der Weg, sich das Plattformgeschäft zielführend zu erschließen, liegt in schlanken, schnellen und kosteneffizienten Prozessen und natürlich in attraktiven Zinskonditionen“.

## Autorin



Carmen Mausbach. Die Diplom-Kauffrau ist seit 2002 als freie Wirtschaftsjournalistin tätig. Ein weiterer Schwerpunkt ihrer Tätigkeit ist die redaktionelle Mitarbeit im Bus-Netzwerk für betriebswirtschaftliche und steuerliche Fachinformationen.

