



Deutschland
EUR 6,00

NR. 12 · DEZEMBER 2022
40. JAHRGANG
ÖSTERREICH EUR 6,70
www.cash-online.de

Cash.

VERSICHERUNGEN
FONDS
SACHWERTE



„Nachhaltigkeit ist das neue Normal“

Volker Bohn, Nachhaltigkeits-Beauftragter
der Stuttgarter Lebensversicherung, über die
Rolle von ESG bei Produkten und Vertrieb

PRIVATE KRANKENVERSICHERUNG Fit und innovativ · **GRUNDFÄHIGKEITEN**

Kleine Schwester der BU im Aufwind · **MESSE-NACHLESE** So war die DKM 2022 ·

SCHWELLENLÄNDER Wie sich China, Indien und Lateinamerika schlagen ·

MAKLERPOOLS Weichen werden neu gestellt · **IMMOBILIEN**

Das sind die Trends für das Jahr 2023

Extras zu Baufinanzierung
und Tierversicherungen

In Kooperation mit: Baufi24 · Creditweb · DSL Bank · ING Deutschland

Das New Normal in der Immobilien- Finanzierung



Mit den Themen Nachhaltigkeit und Energieeffizienz
in der Beratung punkten



Frank O. Milewski, Chefredakteur
milewski@cash-online.de

Hilfestellung

Wenn man früher morgens den Laden aufschloss, standen bereits zehn Leute davor, die eine Immobilie kaufen wollten. Das ist seit diesem Jahr ganz anders!“ So äußerte sich der Chef einer Immobilienfirma auf der DKM Ende Oktober in Dortmund mit Blick auf die aktuelle Lage auf dem hiesigen Immobilienmarkt und an der Finanzierungsfront. Sicher, die EZB hat nun auch mehrfach an der Zinsschraube gedreht und mit den Leitzinsen haben sich auch die Hypothekenzinsen erhöht. Aber Hand aufs Herz, das derzeitige Niveau von circa 4 Prozent ist nicht erschreckend hoch. Da gab es in den letzten 25 Jahren des 20. Jahrhunderts zum Teil deutlich höhere Zinslevel und auch damals wurden Häuser und Wohnungen gekauft. Aber es ist schon festzustellen, dass die Verunsicherung potenzieller Bau- oder Kaufinteressenten offensichtlich sehr groß ist. Die gestiegenen Zinsen und die nach wie vor hohen Immobilienpreise sind allerdings nur eine Erklärung. Eine weitere ist die Unsicherheit, wie sich die Material- und Energiekrise in den kommenden Wochen und Monaten entwickeln werden. Die Schockstarre eigentlich interessierter Immobilienkäufer hat also auch ein psychologisches Momentum.

Um wieder mehr Zuversicht in den Markt zu bekommen, braucht es eine sehr gezielte und intensive Ansprache der Klientel, die auch in dieser Gemengelage die Möglichkeit hätte, ein Haus oder eine Wohnung zu finanzieren. Dazu müssen aber alle Marktparameter ineinandergreifen. D.h. das Objekt, sein Preis und die Finanzierungsbedingungen müssen passen, die Fördermöglichkeiten müssen bekannt und gut nutzbar sein, das Thema Nachhaltigkeit sollte positiv auf den Immobilienerwerb einwirken und last but not least müssen Käuferinnen und Käufer ihren sprichwörtlichen inneren Schweinehund besiegen. Der Finanzierungsberater kann und sollte hierbei Hilfestellung leisten. Keine leichte Aufgabe. Aber sie muss gelingen, wenn der Markt im kommenden Jahr wieder Fahrt aufnehmen soll.

INHALT

84 Grüne Alternativen

Acht Jahre lang waren die Bauzinsen hierzulande auf dem Weg Richtung Süden. Seit Anfang dieses Jahres ziehen die Bauzinsen jedoch deutlich an und stellen das Baufinanzierungsgeschäft vor große Herausforderungen. Doch es gibt auch Lichtblicke und Chancen.

88 „Jetzt sind clevere Finanzierungen gefragt“

Der Wohnimmobilienmarkt in Deutschland kämpft mit hohen Zinsen und hohen Objektpreisen. Cash sprach mit vier Experten über das Baufinanzierungsgeschäft in diesem Jahr und über die Perspektiven und Erfolgsfaktoren für 2023.



Kannst du Kunden mitnehmen und begeistern?

Mit uns entdeckst du dein volles Potenzial in der Kundenberatung.

Im Tandem hebst du ab, um dann zum Profi in der Baufinanzierung zu werden. Unser Quereinsteiger-Programm qualifiziert dich in einer modularen Weiterbildung.

Jetzt bewerben!

Scanne den QR-Code
und erfahre mehr.





Grüne Alternativen

Acht Jahre lang waren die Bauzinsen hierzulande – abgesehen von wenigen leichten Peaks – auf Talfahrt. Seit diesem Jahr hat sich die Situation indes grundlegend geändert. Rekordinflation, abrupt steigende Leitzinsen, der Krieg in der Ukraine mit all seinen Folgen und weiterhin nicht wesentlich nachgebende Immobilienpreise stellen das Baufinanzierungsgeschäft vor große Herausforderungen.

Doch es gibt auch Lichtblicke.

Von FRANK O. MILEWSKI, CASH.

Themen wie Energiekrise, Materialengpässe oder Kapazitäten bei Handwerkern bringen insgesamt viel Unsicherheit. Das sorgt dann auch bei manchen, die noch finanzieren könnten, zu einer eher abwartenden Haltung“, fasst Thomas Hein, Leiter Vertrieb Immobilienfinanzierung bei ING Deutschland, mit Blick auf das derzeitige schwierige Baufinanzierungsgeschäft hierzulande die Lage zusammen. Und Robert Annabrunner, Leiter des Drittvertriebs bei der Privatkundenbank der Deutschen Bank, sekundiert: „Der elementare Punkt ist die allgemeine Verunsicherung. Kaufwillige werden quasi rund um die Uhr mit Hiobsbotschaften zu Zinsen, steigenden Baukosten und Energiepreisen konfrontiert. Das ist sicherlich kein „Schließ-schnell-ab-Motivator“.“ In der Tat schlagen sich die seit Jahresbeginn steigenden Bauzinsen

auf die Nachfrage nach Baufinanzierungen nieder, wie aktuelle Daten der EZB und der Bundesbank zeigen. „Lag das abgeschlossene Neufinanzierungsvolumen gegenüber Vorjahr im Mai noch fast 20 Prozent im Plus, drehte es bereits im Juni deutlich ins Minus. Im Juli lag es dann schon 16 Prozent unter Vorjahr. Im August beschleunigte sich der Rückgang weiter auf minus 19 Prozent. Im September ging es nochmal deutlich nach unten. Mit einem Rückgang von 28 Prozent gegenüber Vorjahr wurde sogar ein neuer Negativrekord seit Beginn der Datenaufzeichnungen im Jahr 2022 aufgestellt“, so Peter Barkow, Geschäftsführer von Barkow Consulting. Zu berücksichtigen sei hierbei, dass das von der EZB bzw. Bundesbank ausgewiesene Neugeschäft sowohl aus Verlängerungen/Neuverhandlungen bereits bestehender Finanzierungen als auch erstmals abgeschlossenen ►

BAUFI24

Manufaktur in der persönlichen Beratung, aber industrieller Prozess für die Baufi-Kreditentscheidung

In den vergangenen Monaten hat die Zinslandschaft eine 180-Grad-Wende erfahren, wie sie kaum einer erwartet hat. So entschlossen wie seit 40 Jahren nicht mehr drehen die Notenbanken an der Zinsschraube: Bis Jahresende dürfte die amerikanische Notenbank Fed den Leitzins über die 4-Prozent- und die EZB deutlich über die 2-Prozentmarke hieven.

Das wirkt sich auch auf den Baufi-Markt aus. Dieser versucht seismografisch genau, die kommende Zinsentwicklung vorwegzunehmen. Seit Monaten verändert sich die Situation massiv: Bauzinsen haben sich binnen nicht mal zwölf Monaten von rund einem Prozent auf über vier Prozent verteuert. Viele Marktbeobachter erwarten bis Ende des Jahres sogar eine „5“ vor dem Komma. Weitere Herausforderung für Immobilienbesitzer in spe: Die Kosten für Baumaterialien steigen ebenso rasant wie die Preise für Strom und Gas.

Dabei bleibt die individuelle Kundenberatung gerade in diesen unsicheren Zeiten ein Manufakturgeschäft: Mit dem Baufi-Experten findet der Kunde im persönlichen Gespräch die passende Finanzierungsstruktur und wählt aus einem unabhängigen Angebot.

Doch die Marktlage und die Kundenwünsche selbst erfordern umgehende Entscheidungen, um schnell und flexibel die Finanzierung fürs Eigenheim umzusetzen. Die Industrialisierung in der Kreditentscheidung muss also vorangetrieben werden. Aktuell verteuert sich die Finanzierung von Woche zu Woche um mehrere Zehntausenden Euro für das Gesamtvolumen.

Bearbeitung von Baukrediten wäre innerhalb von 24 Stunden möglich

Um kundenorientierter und risikooptimierter zu agieren, können und müssen Banken die Bearbeitungszeit der Kredite optimieren. Bisher ist Baufinanzierung ein Manufakturgeschäft, das nach den speziellen Kundenwünschen ausgerichtet ist. Das klingt edel, bindet aber Ressourcen. Wie in der Wirtschaftsentwicklung der Industrialisierung ließe sich der Prozess vereinfachen, ohne dass für den Kunden Qualität in der Beratung verloren geht. Dafür braucht es Kalkulationen über Skaleneffekte, Diskussionen über die Fertigungstiefe, Verschlangungen in den Management- und Teamstrukturen und Grundentscheidungen über die Kernkompetenz einer Bank.

15 bis 25 Prozent der Anträge werden generell abgelehnt. Diese Beratungsarbeit könnte gespart werden, wenn man die Prozesse im Vorweg optimiert. Gleichzeitig sind 20 Prozent der Anträge so gut, dass sie auch digital genehmigt werden könnten, wenn Daten digital validiert werden könnten. Generell dauert eine Baufinanzierungsge-



Benjamin Papo,
CSO Bilthouse
GmbH & Baufi24
Baufinanzierung AG

Über Bilthouse

Die Bilthouse-Gruppe ist einer der führenden unabhängigen Anbieter für Baufinanzierungsvermittlung in Deutschland. Gegründet im Jahr 2022 vereint Bilthouse die erfolgreichen Marken von Baufi24, Hüttig & Rompf und Creditweb, um gemeinsam einen Mehrwert für Menschen zu schaffen, die eine Immobilienfinanzierung suchen. Dabei setzt das Unternehmen auf persönliche, digital gestützte und vor allem transparente Finanzierungsberatung. Um einen klaren Mehrwert für Endkunden zu schaffen, gehören auch die Firmen Kredit24 für Privatkredite und LoanLink24 für die englischsprachige Baufi-Beratung von Expats, dazu. Das B2B-Fintech FinLink komplettiert das Angebot als CRM für die Immobilienfinanzierung. Aktuell beschäftigt das Unternehmen rund 700 Mitarbeiter/-innen mit einem vermittelten Baufinanzierungsvolumen von rund fünf Milliarden Euro pro Jahr.

nehmigung nach dem Vieraugenprinzip maximal eine Stunde. Hinzu kommt die Besicherung, für die etwa drei Stunden fällig werden; in der Bestandsbearbeitung sind es nur eineinhalb Stunden über die Laufzeit der Baufinanzierung.

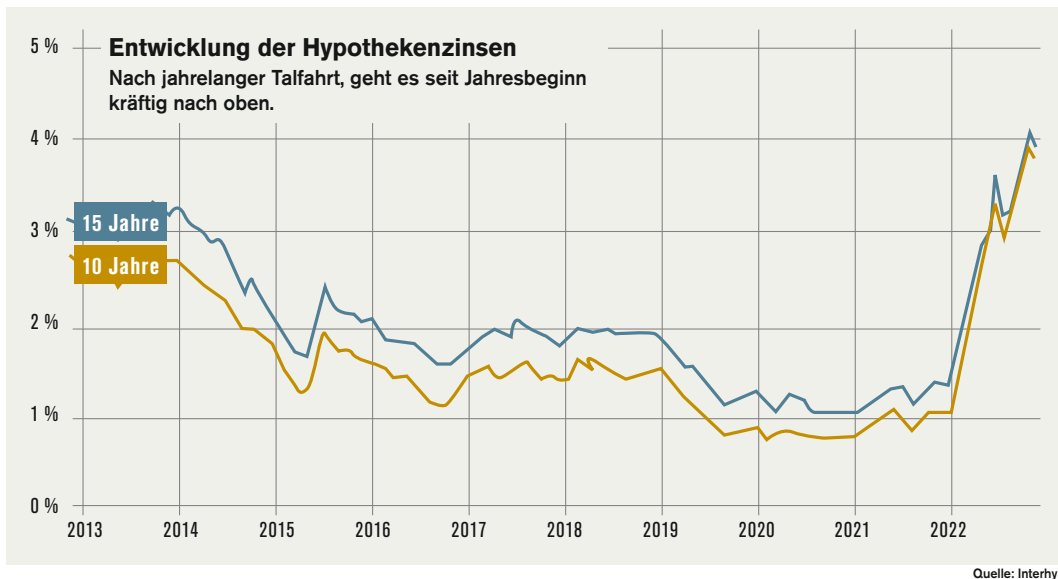
Das heißt: Jeder dieser Schritte sollte immer innerhalb von 24 Stunden möglich sein. Warum die Bearbeitung dennoch bis heute mehrere bis viele Tage dauert, bleibt eines der letzten Rätsel der Baufinanzierung. Wir bei der Bilthouse-Gruppe können das lösen.

Kontakt: Baufi24 Baufinanzierung AG (Bilthouse-Gruppe), Kattrepelsbrücke 1, 20095 Hamburg, presse@baufi24.de

Kreditlen besteht. Letztere würden nicht separat als Neugeschäft ausgewiesen. „Trotz des dramatischen Rückganges des Neugeschäftswuchses der Bestand auch im September noch mit 6,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dies liegt zwar unter dem Wachstumsrekord von 7,6 Prozent aus dem August 2021, ist aber dennoch mehr als das Doppelte des langfristigen Durchschnitts von 2,7 Prozent gegenüber Vorjahr“, so Barkow.

Und noch ein Phänomen hat sich durch die seit Anfang des Jahres stark steigenden Bauzinsen ergeben, die aktuell bei um und bei vier Prozent liegen. Im ersten Quartal wurde laut Barkow Consulting der Rekordwert von Baufinanzierungen in Höhe von 16 Milliarden Euro vorzeitig refinanziert, offensichtlich aus Furcht vor steigenden Zinsen. Den Höhepunkt erreichte diese Refinanzierungswelle im März mit 6,2 Milliarden Euro, dem zweithöchstem Wert seit Beginn der Datenaufzeichnungen im Jahr 2015. Und als wäre all das

machbar ist. Das ist unser Job als Broker“, sagt Patrick Luchetta, Geschäftsführer von Creditweb. Die Nachfrage sei weiterhin da, das Bedürfnis, eine Immobilie zu kaufen, sei bei den meisten Menschen immer noch ganz weit oben und das werde sich auch nicht verändern. Darüber hinaus gewinnt das Thema Nachhaltigkeit und Energieeffizienz sowohl beim Bauen als auch bei Modernisierungen und Sanierungen – letzteren wird derzeit viel Umsatzpotenzial vorausgesagt – stark an Bedeutung. „Die derzeit geführte Nebenkostendiskussion sorgt dafür, dass sich die Menschen aktiv überlegen, wie sie die Betriebskosten senken können. Und das matcht wiederum gut zum ökologischen Bauen. Nachhaltigkeit wird also auch aus monetärer Sicht betrieben. Das müssen die Berater wissen, sonst können sie nicht gut beraten“, weiß Benjamin Papo, Chief Sales Officer der Bilthouse Gruppe. Ein Drittel der Befragten in aktuellen Umfragen wäre bereit, zehn Prozent mehr für das Objekt zu bezahlen, wenn es ökologisch gebaut ist. „Das finde



nicht bereits genug, macht Bauherren auch der starke Anstieg der Baupreise zu schaffen. Viele Wohnbauprojekte werden bereits abgesagt. Im September meldeten laut ifo Institut 16,7 Prozent der Baufirmen stornierte Aufträge, deutlich mehr als im August. Mit den rauerer Zeiten am Immobilienmarkt herrscht viel Nervosität, nachdem die Preise jahrelang hochgeschossen waren.

Häuslebauern macht der starke Anstieg der Baupreise zu schaffen.

Patentrezepte, wie sich die derzeitige Situation positiv gestalten lässt, gibt es nicht. Und dennoch kommt es wie immer auf den Vertrieb an. „Es ist wichtig, dass Beratung überhaupt stattfindet. Und ich glaube einfach, wir brauchen deutlich mehr Beratung. Man sollte intensiver mit Kunden sprechen, noch einmal individueller auf die Bedürfnisse eingehen, und auch dann ist es so, dass in der aktuellen Zinsphase, mit Produkten, die man in der Baufinanzierung mit einbauen kann, auch einfach eine Finanzie-

ich spannend, denn es zeigt die Awareness für das Thema Nachhaltigkeit“, so Papo

Für 2023 sind Banken und Finanzierungspartner für das Bau-Geschäft durchaus nicht pessimistisch gestimmt. Allerdings hängt die Entwicklung zu einem Großteil von der wirtschaftlichen Großwetterlage ab. „Mehr Bestand statt Neubau, verbunden mit einer Verlagerung zu den Themen Modernisierung und Sanierung. Ich glaube, dass der Erfolg in einem breiteren Beratungsansatz kombiniert mit einem hohem Qualitätsniveau liegt, so Robert Annabrunner. Viele der Partnerinnen und Partner hätten das auch bereits erkannt. Sollte sich die Rahmenbedingungen nicht grundlegend verändern, erwartet Thomas Hein indes einen schärferen Wettbewerb sowohl auf Banken- als auch auf Vermittlerebene: „Es wird zum einen wieder vermehrt über Zinshöhen und Konditionen diskutiert werden, um sich gegenüber dem Wettbewerb abzugrenzen, zum anderen wird sich aber auch der Service unterscheiden, der von Vermittlern angeboten wird, um damit bei der Kundschaft zu punkten und diese für sich zu gewinnen. Verschwindet indes die Unsicherheit, wird Stück für Stück auch die Nachfrage wieder anziehen“, erwartet er.

creditweb – meine Baufinanzierung.



202212 creditweb GmbH – elb-bureaux.com

Wir stecken dich ins Heim.

Jetzt beim Preissieger finanzieren.

400 Banken. Topkonditionen.
Bester Baufinanzierer.



creditweb.de



„Jetzt sind clevere Finanzierungen gefragt“

Leitzinsanhebungen, Rekordinflation, Energie- und Materialkrise, Krieg in der Ukraine – das Baufinanzierungsgeschäft sieht sich derzeit einer Vielzahl von Herausforderungen gegenüber. Cash. sprach mit vier Experten aus den Bereichen Banken und Vertrieb über die Veränderungen im Baufinanzierungsmarkt, neue Beratungsansätze und die Rolle der Nachhaltigkeit beim Immobilienerwerb.

Roundtable: FRANK O. MILEWSKI, CASH.



Die Diskussionsteilnehmer (von links)

Thomas Hein, Leiter Vertrieb Immobilienfinanzierung bei ING Deutschland

Benjamin Papo, Chief Sales Officer der Bilt-house Gruppe und BauFi24

Robert Annabrunner, Leiter des Drittvertriebs bei der Privatkundenbank der Deutschen Bank

Patrick Luchetta, Geschäftsführer Creditweb



Robert Annabrunner: „Viele unserer Partnerinnen und Partner beginnen jetzt, sich verstärkt mit dem Thema Bausparen auseinanderzusetzen.“

daher die Kaufpreise aufgrund des Überangebots an Immobilien am Markt wieder verhandeln. Auch beim Thema Anschlussfinanzierung gibt es eine hohe Unsicherheit, die wiederum für uns als unabhängige Vermittler eine große Chance sein kann. Denn in unsicheren Zeiten ist guter Rat immer gern gesehen. In jedem Fall gibt es aktuell ein spannendes Markt-Momentum.

Annabrunner: Der elementare Punkt ist die allgemeine Verunsicherung. Kaufwillige werden quasi rund um die Uhr mit Hiobsbotschaften zu Zinsen, steigenden Baukosten und Energiepreisen konfrontiert. Das ist sicherlich kein „Schließ-schnell-ab-Motivator“. Im Zusammenhang mit der Zinsentwicklung überrascht mich die Verunsicherung relativ wenig – vor allem mit Blick auf

die Anschlussfinanzierungen. Wer jetzt eine Prolongation abschließt, bekommt Konditionen auf dem Niveau, zu dem er vor 10 Jahren seine Erstfinanzierung abgeschlossen hat. Es ist für viele nach der langen Niedrigzinsphase sicher eine Enttäuschung, hier keinen positiven Schnitt zu machen, sondern die Kondition nur zu verlängern. Im Neubaubereich dreht sich alles um das Thema Kosten: Kosten für die Baufertigstellungssicherung, Nebenkosten, Energiekosten, usw. Ich hoffe sehr, dass die Maßnahmen der Bundesregierung zum Beispiel

bei den Energiepreisen hier kurz- bis mittelfristig für Entspannung sorgen. Trotz dieser Option sehen wir, dass unsere Vertriebspartnerinnen und Partner sich umstellen und bereits vermehrt zur energetischen Sanierung beraten. Sie haben erkannt, dass zurzeit nur mit Neubaufinanzierung einfach weniger zu verdienen ist. Das bedeutet, dass das Bestandsgeschäft zu-nehmend

„Das ist sicherlich kein Schließ-schnell-ab-Motivator.“

wichtiger wird – und unter Umständen durchaus lukrativer. Themen wie das Einbeziehen von Fördermitteln und die Entwicklung einer Immobilie in eine bessere Energieeffizienzklasse – das sind jetzt die wichtigen Themen im Beratungsgespräch. Das führt natürlich zu höheren Anforderungen an die Qualität der Beratung. Das Geschäft konzentriert sich aktuell definitiv auf Modernisierung, Sanierung und kleinteiligere Darlehen – die dann hoffentlich auch mit geringeren Aufwendungen verbunden sind.

Kürzlich hat ein großer Player seine Jahresziele für 2022 im Bereich Baufinanzierung kassiert, weil die Nachfrage komplett eingebrochen ist. Wie hat sich das Geschäft bei Ihnen seit Jahresbeginn entwickelt?

Hein: Das erste Halbjahr war sehr positiv, vermutlich auch durch mögliche Vorzieheffekte wegen sich verändernder Rahmenbedin- ➤

Die Bild-Zeitung titelte unlängst: „Diese Horror-Kurve zerstört Millionen Eigenheim-Träume“ Gemeint war natürlich die Kurve mit der Entwicklung der Hypothekenzinsen. Aber wie dramatisch ist die Lage tatsächlich?

Hein: Durch die Erhöhung der Zinsen haben bestimmte Haushalte nicht mehr die Möglichkeit, sich ein Eigenheim leisten zu können. Das muss man sicherlich offen kommunizieren. Natürlich hat sich die Zinssituation gegenüber dem letzten Jahr verschlechtert. Aber dadurch, dass sich zusätzlich andere Rahmenbedingungen verändert haben, gibt es auch einen psychologischen Effekt, der die Menschen anders handeln lässt, als wenn sich „nur“ die Bauzinsen verändert hätten. Themen wie Energiekrise, Materialengpässe oder Kapazitäten bei Handwerkern bringen insgesamt viel Unsicherheit. Das sorgt dann auch bei manchen, die noch finanzieren könnten, zu einer eher abwartenden Haltung.

Luchetta: Ich kann das nur bestätigen, und es kommt noch ein anderer Umstand hinzu. Seit Jahren kennen wir nur die Situation, dass die Zinsen sinken und die Immobilienpreise steigen. Aktuell steigen die Zinsen, aber die Immobilienpreise bleiben auf einem relativ konstant hohen Niveau. Das ist für alle Beteiligten neu und in Kombination mit ohnehin gestiegenen Lebenshaltungskosten eine schwierige Situation. Da wird es für den „normalen“ Baufinanzierungskunden der gesagt hat „mieten statt kaufen“ oft eng. Das merken wir bei der Nachfrage aktuell auch recht deutlich.

Papo: Ich gebe den Kollegen recht, die Unkalkulierbarkeit führt zu einer großen Zurückhaltung, die sicherlich kleiner wäre, wenn es nur die gestiegenen Zinsen zu verkraften gäbe. Da aber weder die Rate noch die Nebenkosten bei der Finanzierung wirklich klar sind, geht die Baufr-Nachfrage zurück. Diesen Zyklus müssen wir wohl abwarten. Neben den bereits angesprochenen Käuferschichten, die sich aktuell keine Immobilie mehr leisten können, gibt es eine weitere Nachfragergruppe: Das sind die Kapitalanleger. Für sie lohnt sich der Immobilienerwerb bei den derzeitigen Zinsen vor dem Hintergrund der Rendite nur dann, wenn der Preis stimmt. Aktuell können sie

CREDITWEB

Gamechanger für die Baufinanzierung – worauf es heute ankommt

Steigende Zinsen, Inflation und Energiekrise – die Ereignisse der letzten Monate haben den Immobilienmarkt auf den Kopf gestellt. Doch anstatt den Traum von den eigenen vier Wänden zu begraben, gilt es umzudenken. Die schwierige Situation bedeutet eine Herausforderung, hat darüber hinaus aber auch das Potenzial als Gamechanger für die Baufinanzierung. Kreditvermittler creditweb erklärt, welche Gründe dafür sprechen, genau jetzt in eine eigene Immobilie zu investieren.

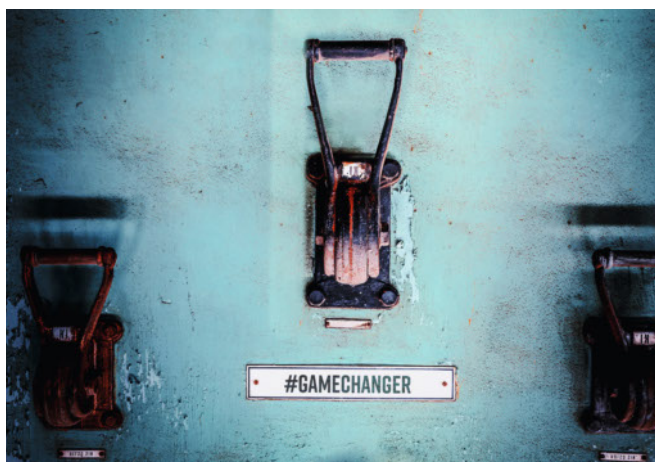
Der Wunsch nach den eigenen vier Wänden ist nach wie vor stark – daran ändern auch Zinsanstieg und Inflation nichts. „Bei der Baufinanzierung spielen heute aber ganz andere Faktoren eine Rolle als noch vor einigen Monaten“, weiß Patrick Luchetta, Geschäftsführer bei creditweb. Der Kreditvermittler ist einer der größten Anbieter für Baufinanzierungen in Deutschland. Luchetta und sein Beraterteam sehen es gerade in diesen Zeiten als ihre Aufgabe, noch stärker in die Beratung einzusteigen und den Kunden neue

Perspektiven zu zeigen. Als Dienstleister zwischen Kunden und Banken findet creditweb als Vermittler für beide Seiten die optimale Lösung. „Natürlich funktioniert eine Finanzierung mit günstigen Konditionen besser“, so Luchetta. „Sehr spannend und vielversprechend sind aber die aktuellen Gamechanger, über die es nachzudenken lohnt.“

Umdenken bei Immobilienkauf und Baufinanzierung

Und das sind aus der Sicht von creditweb die Gamechanger, die neue Chancen für die Immobilieninteressenten bieten:

- **Nachfrage:** Die steigenden Zinsen sorgen für Entspannung auf dem Immobilienmarkt, regional sogar zu sinkenden Immobilienpreisen. Viele verschieben den Immobilienkauf auf später. Zudem schauen Banken genauer hin, wem sie die Finanzierung ermöglichen. Für diejenigen, bei denen die Finanzierung steht, bedeutet das zwei entscheidende Vorteile: weniger Konkurrenz und bessere Verhandlungsmöglichkeiten.
- **Energiekrise:** Die Energiekosten steigen – das bekommen vor allem die zu spüren, die in einer schlecht sanierten Immo-



bilie zur Miete wohnen. Die Investition in einen energieeffizienten Neubau rechnet sich also nicht nur langfristig, sondern bereits bei der ersten Nebenkostenabrechnung.

• **Inflation:** Die Inflation treibt die Mieten in die Höhe. Zudem sorgt sie dafür, dass Geld auf dem Konto an Wert verliert. Aber nicht nur für diejenigen, die über Eigenkapital verfügen, lohnt es sich zu kaufen statt zu mieten. Laut Expertenmeinung ist die Finanzierung einer Immobilie vielerorts finanziell attrakti-

ver als Mieten – zumal Immobilienkäufer in die eigenen vier Wände als sichere Altersvorsorge investieren.

- **Innovationen:** Nachhaltigkeit und energieeffizientes Bauen werden immer wichtiger – und gehören bei modernen Bauprojekten längst zum Standard. In der Baufinanzierungsberatung gilt es, genau diese Innovationen unter die Lupe zu nehmen. Eine Option, die ökologisch und mit einem günstigen Kaufpreis überzeugt: das 3D-Druckverfahren für Häuser.

Neue Wege in der Baufinanzierung

Als Kreditvermittler ist creditweb nicht nur im Endkundengeschäft aktiv. Durch Allianzen im B2B-Commerce und das damit einhergehende wachsende Vermittlungsvolumen kann creditweb als ausgezeichneter Preissieger wettbewerbsfähige Top-Konditionen anbieten. „Davon profitieren sowohl die Endkunden als auch unsere Kooperationspartner – von Maklern bis hin zu großen institutionellen Anbietern“, freut sich Horst Kesselkaul, ebenfalls Geschäftsführer bei creditweb.

Weitere Infos auf creditweb.de/partner sowie auf Social-Media

Kontakt: creditweb GmbH, Mathias-Brüggen-Str 154, 50829 Köln, Kundenkontakt: Tel. 0800 - 222 05 50, Fax 0800 - 222 05 51, E info@creditweb.de

gungen. Seit etwa Mitte des Jahres ist das Geschäft sehr volatil geworden, nicht zuletzt aufgrund der Zinssituation. Wir gehen aber bis Jahresende davon aus, dass wir zumindest in die Nähe unseres Ziels für 2022 kommen. Hätten wir das erste halbe Jahr fortführen können, wären wir ganz woanders gelandet. Das Thema Margen ist durch die schnellen Zinserhöhungen auch bei den Banken in den Fokus gerückt. Wir wollen unseren Kundinnen und Kunden weiterhin die Möglichkeit geben, auch wenn die Zinsen sich verändern, innerhalb einer gewissen Frist und zu akzeptablen Kosten jeden Antrag zu uns zu bringen. Das bedeutet auch: Wir können nicht lange warten, sondern müssen die Zinsen – mit einer gewissen Kalkulierbarkeit von ein paar Tagen – an das Markniveau anpassen.

Luchetta: Im ersten Quartal waren wir wirklich happy und dachten, das Jahr wird richtig gut, selbst das zweite Quartal war noch in Ordnung. Aber wir dürfen nicht vergessen: Das Geschäft, das wir im ersten Quartal gemacht haben, ist eigentlich der Nachlauf aus den letzten drei Monaten 2021. Und wenn wir Kunden im ersten Quartal beraten, kommt der Vertrag oft erst drei Monate später zustande. Wir merken, dass wir im dritten Quartal

deutlich weniger Anfragen haben, was wiederum große Auswirkungen auf das letzte Quartal haben wird. Dennoch rechnen wir immer noch mit einem Wachstum für 2022, zwar nicht in der Höhe wie angepeilt, aber doch deutlich zweistellig, was allerdings nur mit sehr viel Aufwand zu erreichen ist. Wir müssen geduldig sein. Es bringt nichts, jetzt Entscheidungen zu treffen, die Hektik bei Vermittlern und bei Kunden auslösen. Wir müssen uns auf den Markt einstellen, der gerade da ist, und dann wird das auch in den ersten Monaten des 2023 wieder anders sein. Dann werden sich die Kunden hoffentlich an die Zinsen gewöhnt haben und die Ukraine-Krise beigelegt sein.

Annabrunner: Ich mache es kurz: Wir hatten ein starkes erstes Quartal, dann kam der Zinsknick mit den klassischen negativen Auswirkungen im zweiten Quartal. Viele Kunden haben schnell noch abgeschlossen, um sich den niedrigen Zins zu sichern. Den Ausblick würde ich so formulieren: Es ist eine Kombination aus Margenerwartung versus Marktentwicklung. Wenn man nicht sehr preisaggressiv in einen deutlich kleineren Markt geht, kann man auch im Schlussquartal nicht mit Wachstum rechnen. Die Frage ist jetzt, wann wieder Ruhe in die wirtschaftliche Lage kommt. Wenn die Krisen überwunden sind und die Märkte sich entspannt haben, wird das Vertrauen in die Baufinanzierung wieder wachsen. Dann wird auch die Nachfrage nach Neubaufinanzierung wieder anspringen. Aber tendenziell sehe ich das Geschäft eher im Eigennutzerbereich als bei Kapitalanlegern.

Papo: Bei uns war es, wie von den Kollegen beschrieben, das gleiche Bild. Ich sehe uns bei Bilthouse dennoch auf einem starkem Wachstumskurs, nicht zuletzt, weil die Generierung von Leads, die für uns wichtig sind, nach wie vor gut funktioniert und damit auch einer unserer USPs darstellt. Zudem können wir gegen den Markt wachsen, weil wir zusätzliche Franchisepartner gewonnen haben, die mit uns trotz Krise die nächsten Schritte gehen wollten. Trotz der Herausforderungen sind wir dennoch guten Mutes für dieses Jahr.

Hat sich der Nachfragermarkt der letzten Jahre erledigt und falls ja,

„Keine Entscheidungen treffen, die Hektik bei Vermittlern auslösen.“

was heißt das für die BauFi-Beratung?

Papo: Für einen unabhängigen Broker wie uns ist vor allem die persönliche Beratung ein zentrales Produkt. Es kommen Menschen zu uns, weil sie eine objektive Beratung haben wollen. Die Situation der letzten fünf bis zehn Jahre auf dem Immobilienmarkt, als Sie aufgrund der enormen Nachfrage innerhalb von 15 Minuten entscheiden mussten, ob Sie die Wohnung oder das Haus kaufen, war auch nicht mehr normal. Jetzt findet eine Normalisierung statt, sodass Sie als Kunde dann doch noch einmal die Chance haben, eine Nacht darüber zu schlafen, bevor Sie kaufen bzw. auch noch einmal über den Preis diskutieren können. Das ist bei diesen Investmenthöhen derzeit wichtig. Gleichzeitig erweitert sich die reine Baufinanzierungsberatung um das Thema Objekt: Wie kann ich das Objekt verhandeln? Wie kann ich auch mit dem Objekt umgehen? Wie funktioniert die Objektbewertung? Hier findet eine weitere Professionalisierung statt.

Hein: Die Branche hat sich in den letzten Jahren daran gewöhnt, dass die Kundinnen und Kunden quasi Schlange standen, um einen Baukredit zu erhalten. Jetzt gilt es, sich an die vielleicht normalen Jahre zurückzuerinnern, als wir echte Kundenakquise machen mussten – und das trifft Banken genauso wie Vermittler. Die Frage lautet jetzt wieder: Wie sprechen wir Interessenten erfolgsversprechend an? Dabei spielt auch das Thema Social Media, das es damals noch gar nicht gab, eine sehr viel stärkere Rolle. In der Beratung müssen wir jetzt mehr den Schwerpunkt auf das Thema Sanierung und Modernisierung legen und dazu auch die Weiterbildung vorantreiben. Es ist wichtig, die Kunden auf bestimmte Energiethemen hinzuweisen, auf bestimmte Möglichkeiten, die sie dort haben. Da spielt jetzt die Musik und da sehe ich uns auch als Produktgeber in der Pflicht, Vermittler und klassische Endkunden mit entsprechenden Produkten und Prozessen zu unterstützen.

Luchetta: Es ist wichtig, dass Beratung überhaupt stattfindet. Und ich glaube einfach, wir brauchen deutlich mehr Beratung. Man sollte intensiver mit Kunden sprechen, noch einmal individueller auf die Bedürfnisse eingehen, und auch dann ist es so, dass in der aktuellen Zinsphase, mit Produkten, die man in der Baufinanzierung mit einbauen kann, auch einfach eine Finanzierung machbar ist. Das ist unser Job als Broker. Wir sind Dienstleister für die Bank und Dienstleister für den Kunden. Diesen Job müssen wir in Zukunft noch intensiver wahrnehmen. Die Nachfrage ist weiterhin da, das Bedürfnis, eine Immobilie zu kaufen, ist bei den meisten Menschen immer noch ganz weit oben und das wird sich auch nicht verändern. Die Kapitalanleger fallen zwar aktuell aus, aber auch das wird ein Thema sein, das in Zukunft wieder Fahrt aufnehmen wird, wenn die Menschen sich wieder die Zinssituation gewöhnt haben. Das Anlagebedürfnis für das Alter zu sorgen, ist weiterhin da.

Annabrunner: Ich sehe das genauso. Aus meiner Sicht ist die Finanzierungsberatung deutlich komplexer geworden. Wir haben gestiegene Zinsen bei ebenfalls gestiegenen Immobilienpreisen. Wir haben zudem eine massive Preissteigerung bei Material- und Handwerkerleistungen. Dem stehen begrenzte Finanzmittel der Kaufinteressenten gegenüber. Und deshalb lockt eine Pauschalberatung niemanden mehr hinter dem Ofen hervor. Es braucht jetzt clevere Finanzierungen ►



Gestärkt im Markt.

Mit Profis an der Seite.

Jetzt Partner*in werden

Rauf auf die Erfolgswelle:

Werden Sie Partner*in der ING und geben Sie Ihrer Baufinanzierungsberatung erfrischende Impulse.
Mehr Infos auf ing.de/partner.



do your thing



Patrick Luchetta: „Wir sind Dienstleister für die Bank und den Kunden. Diesen Job müssen wir künftig noch intensiver wahrnehmen.“

mit wirklich messbaren, finanziellen Vorteilen. Dabei geht es auch um den Einbau aller geeigneten Förderungen. Um dieses Potenzial ausschöpfen zu können, muss der Beratungsfokus konsequent auf der Entwicklung und Ausgestaltung der Immobilie in Richtung Energieeffizienz liegen. Bei diesen Themen können Beraterinnen und Berater nur mit maßgeschneiderten Lösungen und den entsprechenden Produkten punkten. Dass der Beratungsalltag komplexer und Kundengespräche zeitintensiver werden, ist eine logische Konsequenz dieser Gemengelage.

Hein: Darin liegt auch eine große Chance für den Finanzierungsberater, sich einen Marktvorteil zu verschaffen und auch auf Weiterempfehlungen zu hoffen. Wir haben zum Beispiel gemeinsam mit der KfW ein Energieeinsparungstool entwickelt, um Kundinnen und Kunden

beim Kauf eines Objektes direkt darauf anzusprechen, was in Richtung Sanierung, Modernisierung und Energieeinsparung getan werden kann. Die Menschen sind durchaus überrascht, weil sie gar nicht unbedingt erwartet haben, dass im Beratungsgespräch auch so intensiv über dieses Thema gesprochen wird.

Kommen wir zum großen Trend Nachhaltigkeit. Welchen Stellenwert haben speziell ökologische Themen derzeit in der Beratung?

Hein: Wir müssen dabei unterscheiden zwischen Neubau und Kauf einer Immobilie. Im klassischen Neubau sind die Bauauflagen etc. bereits so hoch, dass man ohnehin meistens über Energieklassen A und A+ redet. In der klassischen Finanzierungsberatung ist daher relativ wenig Bedarf, über Nachhaltigkeit zu sprechen. Beim Kauf einer Immobilie hingegen tritt das Thema immer stärker in den Vordergrund. Da sind wir wahrscheinlich noch nicht ganz dort, wo wir vielleicht sein müssten oder wo sich die Politik sich das gerne wünscht, um auch die Ziele des Pariser Klimaschutzabkommens entsprechend erreichen zu können. Wie es genau im Bereich Immobilien gehen soll, ist noch ein wenig offen. Wenn wir darüber diskutieren: Was ist eigentlich grün? dann glaube ich, weiß man, dass das eine oder andere noch geklärt werden muss. Nichtsdestotrotz ist es aus meiner Sicht ganz wichtig, dem Kunden im Beratungsgespräch bereits die ersten Tipps und Hinweise zu geben, worüber er oder sie nachdenken sollte. Das wird auch für die Portfolios der Banken wichtig sein, denn heute wissen wir nur relativ wenig, welche Energieklassen die Objekte in unserem Bestand haben. Da gilt es anzusetzen und Konzepte zu entwickeln. Unser Energieeinsparungstool ist ein erster Schritt, um mit dem Kunden ins Gespräch zu kommen. Ich hatte vor kurzem mit einem Vertreter des Landkreises Berchtesgadener Land ein Gespräch, und

ich war überrascht, wie viel Daten dort auf granularer Ebene pro Immobilie vorhanden sind, die dann auch im Rahmen einer Energieberatung für Hauseigentümer genutzt werden. Es gibt dort eine Energieberatungsagentur, die Bürgerinnen und Bürger sehr intensiv berät. Das finde ich sehr interessant.

Luchetta: Unsere Berater müssen sich einfach weiterbilden. Es reicht nicht mehr, dass wir einen Wissensstand von vor zehn Jahren haben, um klassisch unsere Baufinanzierungsberatung durchzuführen. Die

„In Sachen Ökologie müssen wir zwischen Kauf und Neubau unterscheiden.“

Themen Nachhaltigkeit, Energieeffizienz, solare, neuartige Heizungen, Blockkraftheizwerke etc., gehören jetzt mit dazu. Wir müssen keine Spezialisten in diesem Bereich sein, aber wir müssen wissen, dass es so etwas gibt und wie sich das in eine Finanzierung einbauen lässt. Man darf das nicht unterschätzen: Es gibt viele Regionen, in denen Sonderförderprogramme angeboten werden, die wir vielleicht, wenn wir überregionale Beratung machen, gar nicht kennen. Ich ➤

ING

Baufinanzierung 2022

Nachfragerückgang und jetzt?

Steigende Zinsen, nach wie vor hohe Immobilienpreise und explodierende Energiekosten – viele potenzielle Immobilienbesitzerinnen und Besitzer sind aktuell stark verunsichert, ob sie sich Ihren Traum vom eigenen Wohnen noch leisten können. Auch die Vermittler-Branche steht vor einem Wendepunkt. Ist der Boom vorbei? Kommt jetzt die Krise? Thomas Hein, Leiter Vertrieb Immobilienfinanzierung bei der ING Deutschland, hat dazu eine ganz klare Meinung: „Es nutzt nichts, den Kopf in den Sand zu stecken. Die Vermittlerinnen und Vermittler sollten – genauso wie wir als Kreditgeber – die Zeit nutzen und aktiv werden“.

Auf allen Kanälen unterwegs sein

Viele Vermittlerinnen und Vermittler haben mittlerweile eine Internetseite – aber reicht das aus? Zumal die Kundinnen und Kunden immer digital affiner werden? Die Zeit ist ideal, um über Liveberatungsangebote, digitale Terminkalender oder auch über die Präsenz auf Social-Media nachzudenken. Was bietet der Markt? Was macht die Konkurrenz? Und was haben die Kreditgeber dazu im Angebot? Die nach Kundenzahl drittgrößte Bank überzeugt hier mit einem besonderen Service. „Ein Spezialist Digitale Immobilienfinanzierung analysiert gemeinsam mit unseren angebotenen Vermittlerinnen und Vermittlern den digitalen Status-Quo und erarbeitet passende neue Konzepte.“ Und das, wie Thomas Hein weiß: „Mit großem Erfolg.“

Den Draht zum Kunden intensivieren

Gerade jetzt ist es wichtig, das Ohr ganz nah am Markt zu haben. Wo drückt die Kundinnen und Kunden der Schuh? Was lässt sich gemeinsam bewältigen? Wie kann der eine oder andere Kreditgeber bei der Finanzierung unterstützen? Auch psychologisch spielt die Nähe eine besondere Rolle. Wer einen guten Kontakt zu seinen Kundinnen und Kunden hat, der kann sich auch mal das eine oder andere Feedback einholen und entsprechend an sich und seinem Angebot arbeiten. Das kostet nichts und eröffnet oft völlig neue Perspektiven.

Die Produktpalette erweitern

Wenn es mit der Baufinanzierung gerade hakt, treffen vielleicht andere Produkte im Portfolio auf mehr Resonanz. Zum Beispiel eine Mittelstandsfinanzierung oder ein Ratenkredit. Die Tätigkeit als Maklerin oder Makler eröffnet viele Möglichkeiten und vielleicht ist ja genau jetzt die richtige Zeit, um eine Sachkundeprüfung abzulegen oder bei den Kreditgebern zu schauen, ob es nicht das eine oder andere Produkt mehr aus dem Portfolio zu vertreiben gibt.

Die Zeit für Weiterbildung nutzen

Bei der Baufinanzierung der Zukunft wird sich vieles um Nachhaltigkeit und Energieeffizienz drehen. Insbesondere bei der Sanierung und Modernisierung von bestehenden Immobilien ist qualifizierte Beratung auch bei der Finanzierung gefragt. „Viele Vermittlerinnen und Vermittler haben sich bereits für entsprechende Weiterbildungsangebote eingeschrieben“, weiß der Leiter Vertrieb Immobilienfinanzierung der ING Deutschland. Der Direktkanal der Bank hat einen Piloten gestartet, in dem das Beratungsgespräch rund um die Energieeffizienz der künftigen Immobilie via Webtool unterstützt wird.

Last but not least bleibt auch für die Kreditgeber Zeit, sich über die Zukunft der Baufinanzierung Gedanken zu machen. Die Digitalisierung will vorangetrieben werden, die energieeffiziente Baufinanzierung bedarf immer neuer Akzente. „Wenn es neue Impulse durch die Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in die Beratung gibt“, so Thomas Hein, „dann lässt sich dadurch auch in schwierigen Zeiten eine neue Nachfrage generieren.“



Thomas Hein, Leiter Vertrieb Immobilienfinanzierung bei der ING Deutschland

Kontakt: Vertrieb Immobilienfinanzierung ING Deutschland · E-Mail: partner-werden@ing.de · Internet: www.ing.de/partner

bin mir sicher, in fast jeder zweiten Beratung tauchen irgendwann die Themen Photovoltaik und Heizung sowie die Aspekte Zuschüsse und Modernisierung auf. Darauf muss ich als Berater Antworten geben können und wir müssen dem Kunden einen klaren Vorteil bringen. Das ist der Unterschied, den wir dann eines Tages am Erfolg sehen. Nicht, weil wir vielleicht bessere Konditionen haben, sondern weil wir den Kunden einen Mehrwert gegeben haben, den er sonst nicht bekommt.

Papo: Die derzeit geführte Nebenkostendiskussion sorgt dafür, dass sich die Menschen aktiv überlegen, wie sie die Betriebskosten senken können. Und das macht wiederum gut zum ökologischen Bauen. Nachhaltigkeit wird also auch aus monetärer

Sicht betrieben. Das müssen die Berater wissen, sonst können sie nicht gut beraten. Ein Drittel der Befragten in aktuellen Umfragen wäre bereit, zehn Prozent mehr für das Objekt zu bezahlen, wenn es ökologisch gebaut ist. Das finde ich spannend, denn es zeigt die Awareness für das Thema Nachhaltigkeit.

Annabrunner: Nachhaltig ist das neue Normal, auch wenn es gern als Trend bezeichnet wird. Aber genau das ist Nachhaltigkeit eben nicht, sondern ein sehr ernsthaftes, cooles Thema, das uns weiter begleiten wird. Warum ist nachhaltig cool? Jeder Mensch möchte letztlich in einer Welt leben, die lebenswert ist. Als Deutsche Bank fühlen wir uns dem Pariser Klimaabkommen verpflichtet. Wir haben

„Nachhaltigkeit wird auch zunehmend aus monetärer Sicht betrieben.“

hier bereits erste Schritte gemacht und werden diesen Weg konsequent weitergehen. Dazu brauchen wir aber nicht nur die Beratung der Kunden in diese Richtung, sondern auch Produktgeber, die entsprechende Lösungen anbieten. So haben wir beispielsweise die BHW Bausparkasse ESG-zertifizieren lassen, mit sehr guter Note übrigens. Das ist ein erster Schritt, Nachhaltigkeit vertrauenswürdig messbar und damit für jeden nachvollziehbar zu machen. Das zeigen wir nach außen über das Siegel, aber auch über die Produkte. Um das Thema ESG stärker gesellschaftlich zu verankern, fehlen jedoch noch einheitliche Mindeststandards zur Bewertung und Einordnung von Unternehmen und Finanzdienstleistungsprodukten. Das ist aus meiner Sicht eine große Herausforderung. Oder anders formuliert, wir wollen kein Greenwashing betreiben, sondern Rahmenbedingungen und Produkte schaffen, die der Vertrieb auch gut verwenden kann.

Standards sind beim Thema Nachhaltigkeit sicherlich wichtig. Ebenso von Bedeutung ist aber auch eine Zertifizierung, die sowohl Vertrieb als auch Kunden wirklich weiterhilft. Gibt es hier Fortschritte? Wir hatten das Thema beim letzten Roundtable bereits einmal diskutiert.

Annabrunner: Für BHW haben wir das Thema ESG-Zertifizierung bereits realisiert. Aber es fehlt nach wie vor der klassische Marktstandardvergleich. Hier würde ich als treibende Kraft eine Instanz wie das Bundeswirtschaftsministerium sehen, weniger private Institutionen.

Hein: Die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen vergibt bereits Zertifizierungen, aber dort ist man derzeit noch auf große Bauprojekte oder ganze Portfolios fokussiert. Für den Einzelbauer ist es aktuell schwierig, eine entsprechende Zertifizierung zu bekommen und wenn doch, dann ist sie sehr teuer. Wir sind also noch nicht da, wo wir es bei unserem Gespräch damals schon gehofft hatten. Aber es wird dort noch viel passieren, allerdings braucht es auch vom Gesetzgeber noch viel mehr Vorgaben.

Luchetta: Ich habe mich selbst einmal vor einigen Monaten mit dem Thema beschäftigt und mich gefragt: Was können wir unseren Partnern draußen an die Hand geben, um ihnen die Möglichkeit zu geben, ein bisschen „grüner“ aufzutreten? Es ist leider noch nicht möglich, eine Firma bei uns selbst oder in der Branche einfach zertifizieren zu lassen. Das ist noch zu neu. Was wir aber merken: Es gibt sehr viele Franchisepartner bei uns oder Vermittler oder auch Betriebe, die bei uns sind, die das Thema mit auf der Agenda drauf haben. Beispielsweise setzt unsere Partnerfirma Zinskonzert aus Karls- ➤

Thomas Hein: „Es wird wieder vermehrt über Zinshöhen und Konditionen diskutiert werden.“



ERFOLGE

ERLEBEN

Mit einem starken Partner.

DSL
Privatkredit

Schnell & einfach:
Abschluss jetzt
digital!



DSL Bank – eine Niederlassung der Deutsche Bank AG

Nach wie vor bieten Baufinanzierungen und Privatkredite überdurchschnittliche Umsatzmöglichkeiten. Besonders, wenn sie so ausgezeichnet sind wie die der DSL Bank. Und das ist nicht der einzige Grund, unser Partner zu werden. Ihre Vorteile:

- ▶ Flexible und innovative Produkte
- ▶ Attraktive Konditionen – z. B. bis 30 Jahre Sollzinsbindung
- ▶ Individuelle Provisionsgestaltung
- ▶ Online-Vertriebsplattform Starpool mit Angeboten der wichtigsten Produktgeber
- ▶ Garantierter Kundenschutz/keine Cross-Selling-Verpflichtungen
- ▶ Stornofreies Privatkreditgeschäft
- ▶ Vielfältige Qualifizierungsangebote über die DSL Bank Akademie
- ▶ Bundesweites Servicenetz mit persönlichen Ansprechpartnern

Werden Sie jetzt Partner der DSL Bank und nutzen Sie unsere Angebote für Ihren Erfolg!

Telefon: 0228 889-71100 · E-Mail: kontakt@dslbank.de
www.dslbank.de/partner_werden

DSL | Bank
Partnerbank der
Finanzdienstleister



Benjamin Papo: „Jedwede Normierung, Standardisierung und Zertifizierung nimmt gegenwärtig enorm an Fahrt auf.“

ruhe eine tolle Idee um: Für jede Baufinanzierung, die vermittelt wird, wird ein Baum gepflanzt. Auch andere Firmen entwickeln selbst Aktionen und warten nicht auf den Regulierer. Der Impact ist leider noch nicht messbar. Aber wir merken, dass ein Umdenken bei Kunden und Vermittlern passiert, um das Thema für sich selbst auf die Agenda zu nehmen.

Papo: Jedwede Normierung, Standardisierung, Zertifizierung nimmt gegenwärtig enorm an Fahrt auf, wenn die Nachfrage und der Bedarf steigen. Anfangs ist es immer schleppend, aber irgendwann kommt der positive Push. Ich kenne dieses Phänomen auch aus der Versicherung, dass solche Themen dann sehr plötzlich sehr schnell vorangetrieben wurden, die zunächst jahrelang vor sich hingedümpelt sind. *Schauen wir zum Schluss auf 2023. Wie wird sich der Baufinanzierungsmarkt entwickeln?*

Hein: Es wird viel davon abhängen, wie schnell sich die Rahmenbedingungen wieder normalisieren. Bleibt es so wie im Moment, dann werden wir weiter eine Zurückhaltung sehen und Kundinnen und Kunden ihre Investitionsentscheidung verschieben. Das wird dann natürlich zu einem stärkeren Wettbewerb sowohl auf der Vermittler-, aber auch auf der Bankenebene führen – mit zwei Stoßrichtungen: Es wird zum einen wieder vermehrt über Zinshöhen und Konditionen diskutiert werden, um sich gegenüber dem Wettbewerb abzugrenzen, zum anderen wird sich aber auch der Service unterscheiden, der von Vermittlern angeboten wird, um damit bei der Kundschaft zu punkten

und diese für sich zu gewinnen. Verschwindet indes die Unsicherheit, wird Stück für Stück auch die Nachfrage wieder anziehen. Das Segment Neubau muss dann erst mal aufholen und im Bereich Sanierung und Modernisierung stellt sich dann die Frage, welche Stückzahlen dort zu erzielen sind, während die Höhe der durchschnittlichen Finanzierung sicherlich dadurch zurückgehen wird.

Annabrunner: In Bezug auf das Neugeschäft wird das erste Quartal 2023 nicht vergleichbar mit dem Vorjahresquartal sein. Als Trend zeichnet sich hier ab: Mehr Bestand statt Neubau, verbunden mit einer Verlagerung zu den Themen Modernisierung und Sanierung. Ich glaube, dass der Erfolg in einem breiteren Beratungsansatz kombiniert mit einem hohem Qualitätsniveau liegt. Und unsere Partnerinnen und Partner haben das auch erkannt: Viele, die sich bisher nur mit der klassischen Baufinanzierung beschäftigt haben, beginnen nun, sich vermehrt mit dem Thema Bausparen auseinanderzusetzen. Selbst wenn wir beim Zinsniveau keine sehr großen Steigerungen mehr sehen sollten, werden die meisten Anbieter im Markt ihre Margen sehr genau im Blick behalten. Dennoch wird es immer den „billigen Jakob“ geben, bei dessen Angeboten man sich kopfschüttelnd fragt: „Wie machen die das?“

Luchetta: Die genannten Trends werden genauso eintreten. Ich würde aber gerne noch zwei, drei Punkte ergänzen wollen. Wichtig wird auch in 2023 sein, was die KfW macht. Das wird auch auch viele Bauträger interessieren, die aktuell Grundstücke besitzen, aber nicht

bauen wollen, ohne zu wissen, ob sie die Immobilie verkauft bekommen. Wenn diese Rahmenparameter sich positiv verändern sollten, wird das Geschäft wieder anziehen. Der Krieg in der Ukraine und die Gaskrise werden auch im Jahr 2023 starke Auswirkungen auf den Markt haben, der definitiv kleiner sein wird. Da gilt es einfach tatsächlich eben das Thema Beratung mit aufzunehmen und auch andere

„In 2023 muss ein Umdenken bei den Beraterinnen und Beratern stattfinden.“

Produkte anzubieten, eben nicht nur klassische Baufinanzierung von Neubau. Man muss sich wieder auf das Thema Prolongation konzentrieren. Das Thema Akquise wird für alle Segmente von großer Bedeutung sein. Berater müssen rausgehen, Immobilien suchen und dann auch wieder verkaufen. Da muss ein Umdenken bei den Beratern stattfinden. Nur wenn wir das schaffen, wird auch 2023 positiv werden.

Papo: Um es abzurunden: Ja, es wird herausfordernder, es wird sportlich, und am Ende ist Kundengewinnung vor allen Dingen aus Beratersicht das entscheidende Thema. Wer dabei erfolgreich sein will, muss den seit jeher gültigen Leitsatz beherzigen: Kenne deinen Kunden, kenne die Immobilie, kenne deine Bankpartner. Hört sich leicht an, ist aber schlussendlich die große Kunst des Vertriebs und der Schlüssel zum Erfolg.

C.

DEUTSCHE BANK, PRIVATKUNDENBANK DEUTSCHLAND

Baufinanzierung in der Krise? Neue Wege sind gefragt!

Des einen Freud – des anderen Leid: Während Sparer und Sparerinnen die steigenden Zinsen begrüßen, sorgt die Entwicklung bei jenen, die eine Immobilie oder eine Modernisierung finanzieren wollen, für zunehmende Besorgnis und Zurückhaltung. Dieser Effekt ist aktuell bei der Vermittlung von Baufinanzierungsdarlehen schmerzhaft spürbar.

Vorbei die Zeiten, in denen sowohl ausreichend Immobilienangebote als auch die entsprechende Kaufkraft auf Kundenseite vorhanden waren. Heute sehen wir hohe Immobilienpreise und durch die Inflation steigende Kosten für Baustoffe und Handwerkerleistungen. Die Energieeinsparverordnung treibt den technischen Aufwand und damit die Kosten für Neubauten zusätzlich in die Höhe. Diese Faktoren machen in Summe das Geschäft für unsere Partnerinnen und Partner nicht einfacher. Doch es gibt auch gute Nachrichten: Wir wissen aus Umfragen, dass all dies dem Wunsch der Deutschen nach den eigenen vier Wänden keinen Abbruch tut.

Resignation angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen ist daher keine Lösung. Im Gegenteil! Jetzt haben flexible, innovative Beratungsansätze gute Chancen. Und die gibt es. Das Bestandsgeschäft wird zunehmend wichtiger – und kann damit unter Umständen durchaus lukrativ sein. Auch durch den Paradigmenwechsel in der staatlichen Förderpolitik - weg vom ökologisch schwierigeren Neubau, hin zur energetischen Sanierung von älteren Gebäuden - werden in Zukunft immer mehr gebrauchte Immobilien modernisiert oder energetisch saniert. Daher sind die Einbeziehung von Fördermitteln und die Entwicklung einer Immobilie in eine bessere Energieeffizienzklasse jetzt die wichtigen Themen im Beratungsgespräch. Wo man sich früher nur wenig Gedanken über die energetische Bilanz einer Immobilie gemacht hat, fragen Kunden heute schon im Erstgespräch nach dem Energieausweis.

Ein weiterer Aspekt, der kompetente Beratung aktuell wichtiger macht denn je, sind die wachsenden Finanzierungsvolumina im Umfeld steigender Zinsen. In dieser Situation wird auch die Zinsabsicherung wieder zu einem großen Thema. Kundinnen und Kunden suchen Planungssicherheit über lange Laufzeiten oder Forward Darlehen. Auch das Bausparen erlebt deshalb gerade eine Renaissance.

All diese Punkte machen eine Finanzierungsberatung heute zu einem komplexen Prozess. So stecken von Beraterseite deutlich mehr Energie und Zeit in einem Abschluss, als das noch vor fünf Jahren der Fall war. Mit einer Pauschalberatung kann man heute keinen Blumentopf mehr gewinnen. Smarte, individuell auf den Interessenten zugeschnittene Finanzierungslösungen lautet das Gebot der Stunde. Denn die Erwartungshaltung der Kunden von heute ist groß.

Sie kommen bereits gut informiert und mit einer deutlichen Anspruchshaltung in das Beratungsgespräch. Die Erwartungen reichen von der Empfehlung der passenden Förderungen bis zu guten Konditionen. Diese messbaren finanziellen Vorteile entscheiden auf Kundenseite oft über die Machbarkeit eines Immobilienprojektes. Individuelle Bedürfnisse erfordern darum ebenso individuelle, maßgeschneiderte Finanzierungsösungen.

Für die Erfüllung der Kundenwünsche stellt die Privatkundenbank Deutschland ihren Partnerinnen und Partnern passende, gut in die Prozesse integrierte Tools z.B. über Starpool zur Verfügung. Das Spektrum reicht dabei von der Febis Förderdatenbank über die Vermittlung von Bafa- und KfW-Mitteln, vom DSL Modernisierungsdarlehen über das BHW Klimadarlehen bis zum Bausparvertrag und der Aktion „Heizungstausch leicht gemacht“.

Mit diesem Instrumentarium an der Hand ist jede Beraterin und jeder Berater in der Lage, auch in der Krise, auch bei sich verändernden, komplexeren Rahmenbedingungen nicht nur für Kundenzufriedenheit zu sorgen, sondern auch das eigene Geschäftskonzept weiter erfolgreich umzusetzen.



Robert
Annabrunner,
Leiter Drittvertrieb,
Deutsche Bank,
Privatkundenbank

Kontakt: Robert Annabrunner, Leiter Drittvertrieb Deutschland, Deutsche Bank, Privatkundenbank Deutschland, Bundeskanzlerplatz 6, 53113 Bonn, Telefon: 0228 889-0, E-Mail: baufi.kontakt@db.com, www.deutschebank.de