

Der Schatz in der Kundenkartei

Die Schwäbisch Hall-Tochter SHI will aus Bausparern Eigenheim-Besitzer machen

Von Daniel Herrmann

Schwäbisch Hall ist eine Stadt im Württembergischen mit 35 283 Einwohnern und sechs Tennisplätzen. Ein Ort, der nicht wirklich bedeutend ist – wäre da nicht die gleichnamige Bausparkasse, deren Baufinanzierungs-Geschäft weit über die Grenzen der Stadt hinaus bekannt ist. Bei der Finanzierung der „eigenen vier Wände“ ist Schwäbisch Hall Marktführer, doch ihr Kundenpotenzial hat die Bausparkasse damit nicht ausgeschöpft. Der genossenschaftliche Finanzverbund, dem die Schwäbisch Hall angehört, erreicht nach eigenen Angaben einen Marktanteil von 33 Prozent, bei der Vermittlung von Immobilien bringt es die Gruppe allerdings gerade auf fünf Prozent. Dabei führt die Schwäbisch Hall emsige Bausparer und damit potenzielle Hauskäufer gleich zigtausendfach in ihrer Kundenkartei. Ein Schatz, der nur darauf wartet, gehoben zu werden – wie der Baufinanzierer meint.

Seit 1989 kümmert sich eine Tochter der Schwäbisch Hall AG und der Genossenschaftlichen Hypothekendarlehenbanken um das Immobiliengeschäft der Gruppe: Geschäftsführer der SHI GmbH ist Herbert Klingohr. Gerade hat er den Unternehmensbereich neu strukturiert. Rund 200 Makler sind in seinem Auftrag unterwegs, um aus Kunden der genossenschaftlichen Banken Eigenheim-Besitzer zu machen. „Wir bieten den Banken in unserem Verbund an, dass einer unserer Mitarbeiter das Immobiliengeschäft in der Filiale komplett übernimmt“, sagt Klingohr. Die SHI trete als Dienstleister für Bank und Kunden auf – und alle Seiten sollen davon profitieren. Der Bankkunde solle eine erstklassige Beratung bekommen, die ein normaler Allround-Bankangestellter kaum leisten könne, die Filiale erfahre durch den SHI-Mitarbeiter Entlastung, könne sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren und bekomme eine Gewinnbeteiligung – und SHI steigert den Umsatz mit Immobilien für die gesamte Gruppe.

Von einer Maklerkolonne mit Drückermethoden aber ist Klingohrs Vision weit entfernt. Die Bank, weiß er, hat ein großes Interesse daran, dass ihr Kunde vernünftig beraten wird, denn sonst werde der dem Geldinstitut bald den Rücken kehren. „Wir sind nicht an dem schnellen Ge-

schäftsabschluss interessiert, sondern wir wollen und müssen unsere Kunden pflegen, sonst gibt es Ärger mit den Kollegen vor Ort“, weiß der SHI-Mann. Das Vertrauensverhältnis zwischen Bank und Kunde mit einem riskanten Geschäft aufs Spiel setzen? Kommt für ihn nicht in Frage.

Damit der Anspruch auch in der Realität funktioniert, sortiert Klingohr schon bei der Einstellung diejenigen aus, die mit Immobilien nur schnell das große Geld verdienen wollen. „Wir suchen nicht den klas-



Herbert Klingohr. (Bild: Schwäbisch Hall)

sischen Makler, wir wollen lieber einen Typ, der sich und den Kunden Zeit lässt“, sagt Klingohr. Früher habe ein Makler vielleicht zehn Besichtigungen machen müssen, ehe er zum Abschluss gekommen sei. Heute müsse er die doppelte Zeit investieren, und das sei auch gut so. Quereinsteiger, so die Erfahrung des Geschäftsführers, „entwickelten sich häufig prächtig“. Damit diese sich im komplizierten Wohnungsmarkt nicht verheddern, hat SHI ein eigenes Aus- und Weiterbildungsprogramm entwickelt, das demnächst auch für andere Makler und Marktteilnehmer geöffnet werden soll.

Das Ziel, das sich Klingohr und sein Team selbst gesetzt hat, ist ehrgeizig: In den kommenden fünf Jahren soll der Mitarbeiterstab auf 400 anwachsen – angesichts der Anforderungen an die Stellenbewerber kein einfaches Unterfangen. Ein Marktanteil von zehn Prozent hält Klingohr dabei für erreichbar, über rund 20 bis 30 Prozent der Volks- und Raiffeisenbanken liefe dann voraussichtlich der Verkauf der Immobilien: „Wir nehmen vor allem die großen Häuser ins Visier: Stuttgart, Frankfurt, Berlin.“ Schon für das kommende Jahr ist eine deutliche Ergebnissteigerung geplant.

Ein weiteres Geschäftsfeld, das SHI beackern will, liegt auf ausländischem Grund und Boden. Immer mehr Deutsche entdecken das Ferienhaus oder den Alterswohnsitz in wärmeren Gefilden Europas. Und auch hier glaubt der SHI-Chef sich in einer guten Ausgangsposition. Makler, die nur auf den schnellen Abschluss aus seien, hätten es im Auslandsgeschäft noch schwerer, denn die Käufer hätten in diesem Fall eine viel ausgedehntere Suchphase als schon auf dem Inlandsmarkt. „Die wollen nicht ihren akuten Wohnbedarf befriedigen“, sagt Klingohr voraus. Wer eine Immobilie im Ausland suche, habe in der Regel in Deutschland bereits ein Dach über dem Kopf. Damit fehle der Leidensdruck, mit dem viele Makler ihr Geld machten.

Vor allem in Spanien, Griechenland, Italien und Frankreich ist die SHI aktiv. Besichtigungstermine im Ausland sind nicht ganz einfach zu vereinbaren. Deswegen nimmt ein SHI-Mitarbeiter vor Ort das Objekt genau unter die Lupe, bevor es in Deutschland bei einem SHI-Makler im Computer auftaucht. Rund 35 Spezialisten für das Auslandsgeschäft hat Klingohr sich herangezogen. Fachleute, die das zum Teil komplizierte Terrain im Ausland kennen und die Kunden beispielsweise auch bei der Anmeldung ihres Zweitwohnsitzes helfen können.

Und auch bei der Privatisierung von Mietwohnungen – vor allem im Osten der Republik – will die SHI mitmischen. Klingohr schwebt eine menschenfreundliche Idee vor: „Es wäre doch toll, wenn die Mieter demnächst ihr Geld in die eigene Wohnung stecken“ – und in den Bausparvertrag von der Schwäbisch Hall...