

Der Langfristige Kredit

06 - 2001

D 3921

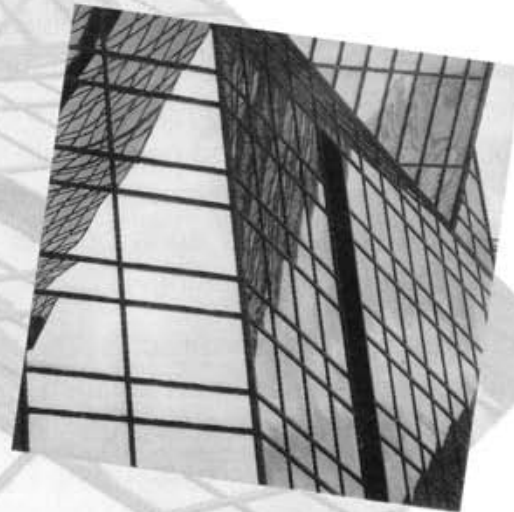
Zeitschrift für Immobilienwesen,
Finanzierung und Kapitalanlage

Immobilien-gesellschaften
der Baufinanzierer

Neue Marktchancen
der Kreditgenossenschaften

Immobilienvermittlung
im W&W-Konzern

BHW Immobilien GmbH



**Pfandbriefmarkt international:
Factors of Change in the Mortgage Markets**

52. Jahrgang, 2. Ausgabe März 2001
Verlag Helmut Richardi, Frankfurt am Main
ISSN 0342-0930

S. 181

Der Langfristige Kredit

06 - 2001

Zeitschrift für Immobilienwesen,
Finanzierung und Kapitalanlage

52. Jahrgang
2. Ausgabe März 2001
Verlag Helmut Richardi
Frankfurt am Main
ISSN 0342-0930

Gegründet von Helmut Richardi
Herausgegeben von: Klaus G. Adam,
Reinhard Chr. Bartholomäi, Dr. Dr. Ernst
Brüggemann, Klaus Feinen, Wolfgang
Hollender, Prof. Dr. Helmut W. Jenkis,
Walter Klug, Dr. Karsten von Köller, Dr. Rolf
Kornemann, Alfred H. Lehner, Dr. Bernd
Michaels, Dr. Jürgen Parchmann, Hermann
M. Remaklus, Dr. Konrad Rüdhardt,
Dr. Helmut Scholz, Dr. Ludwig Schork,
Dr. Walter Seufferle, Rüdiger Wiechers

Inhalt



Leitartikel

Bundesschulden (176)
Klaus-Friedrich Otto



Immobilien-gesellschaften der Baufinanzierer

Immobilien-geschäft im Wandel – neue Marktchancen der genossenschaftlichen Banken (181)
Herbert Klingohr

Makeln mit Zukunft: Die neue Rolle der Immobilien-vermittlung im W&W-Konzern (185)
Günter Schönfeld

BHW Immobilien GmbH: „Nummer eins außerhalb des Sparkassensektors“ (189)
Johannes B. Bieber



Pfandbriefmarkt international

The Future of the European Mortgage Markets Part III: Factors of Change (192)
Pat O'Reilly and Judith Hardt



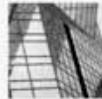
Immobilien-Research

Gute Stimmung auf dem deutschen Markt für Einzelhandelsimmobilien (198)
Stefan Mitropoulos und Carl-Christian Siegel



Ausland

Gesamthypothek nun auch im spanischen Recht (202)
Stefan Meyer



Im Blickfeld

Sozialwohnungen: Verbandskritik am Regierungsprogramm · Immobiliencenter: Spezialisiert (177) · Immobilien-gesellschaften: Schweizer Großfusionen · Bausparkassen: Immobilien-gesellschaften der LBS-Organisationen (178) · Börsennotierte Baufinanzierer · Skyliner: Sparkasse und Hypothekenbank (179) · Variable Darlehen: Anpassungsstreitereien (180)



Unternehmen und Märkte

Hypothekenbanken: Verhaltenskodex für wohnwirtschaftliche Kredite unterzeichnet (195) · Central London: Leerstandsrate auf zwei Prozent gedrückt (203) · Geringe Preisveränderungen in Bremerhaven · Stabile Preise in Thüringen (204) · Grund-stücks- und Wohnungsmarkt in Hessen (205) · L-Bank erhöht Betriebsergebnis · Entwicklung der Mieten und Wohnnebenkosten · Kreissparkasse Köln · Bausparkassen steigern Auszahlungen · Europäisches Bildungszentrum (206) · Depfa begibt Global über 3,5 Milliarden Euro · Aus dem Aktiv- und Passiv-geschäft der Hypothekenbanken · Jumbo-Pfandbriefe für Eurex-Repo zugelassen (207) · Deutsche Hypo: „Schütt aus-hol zu-rück“ · Die vier Hypothekenbanken des Genossenschaftssektors im Vergleich (208)



Gemeldet

Recht (209)
Personalien (210)
Impressum (210)

Immobilien-geschäft im Wandel

– neue Marktchancen der genossenschaftlichen Banken

Herbert Klingohr

Unzufriedenheit mit dem Anteil des genossenschaftlichen Bankensektors am Immobilienvermittlungsgeschäft mache es erforderlich, eine strategische Neupositionierung zu beschließen, meint Herbert Klingohr, Geschäftsführer der Schwäbisch Hall Immobilien Gesellschaft für Bauen und Wohnen mbH (SHI). Mit dem Konzept der „bankintegrierten Immobiliendienstleistung“ soll über eine Stärkung der Immobilienkompetenz der Primärbanken künftig der Marktanteil im Vermittlungsgeschäft des Verbundes gesteigert werden. Dadurch würde den Kreditgenossenschaften nicht nur Cross-Selling-Potenzial im Bereich der Wohnungsfinanzierung eröffnet, sondern auch bei den kapitalaufbauenden Finanzanlagen, vermutet Klingohr. (Red.)

Branchenweit ist ein Prozess der Professionalisierung der Marktbearbeitung zu beobachten, verbunden mit einer Bündelung der Immobilienaktivitäten. Zugleich wachsen die Ansprüche der Kunden nach fachgerechter Beratung, nach längeren Servicezeiten sowie nach neuen Informations- und Beratungsangeboten wie Internet und Immobilienpool.

Potenziale nicht ausreichend erschlossen

Auch innerhalb des genossenschaftlichen Finanzverbundes stellen sich neue Anforderungen an das Immobiliengeschäft. Nach Einschätzung von Schwäbisch Hall Immobilien (SHI) stehen die Chancen für institutionelle Marktteilnehmer in einem stark fragmentierten Markt, die insbesondere der genossenschaftliche Finanzverbund auf Grund seiner Marktstärke nutzen muss, günstig. Das Tochterunternehmen der Bausparkasse Schwäbisch Hall gehört seit Jahren zu den führenden Unternehmen der Immobilienbranche.

Die SHI-Marktstellung darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Möglichkeiten des genossenschaftlichen Bankenverbundes auf dem Gebiet der Immobilienvermittlung bei weitem nicht ausreichend erschlossen sind. Verglichen mit der genossenschaftlichen Kundenreichweite von 33 Prozent dokumentiert der Marktanteil des Immobilienvermittlungsgeschäfts der Gruppe mit fünf Prozent die noch brach liegenden Potenziale.

Dieses geringe Vermittlungsvolumen hinterlässt Spuren im Wohnungsbaufinanzierungsgeschäft. Obwohl dieses ertragsstarke Geschäftsfeld stetig wächst, verharrt der Marktanteil des genossenschaftlichen Finanzverbundes seit 1995 bei nur 19 Prozent.

● Es liegt folglich auf der Hand, dass eine deutliche Steigerung des Immobilienvermittlungsgeschäfts der genossenschaftlichen Gruppe neue Kunden, neue Märkte und neue Ertragsquellen erschließen kann.

● Dazu müssen die vorhandenen Kapazitäten des genossenschaftlichen Finanzverbundes neu organisiert und auf eine deutliche Ergebnissteigerung hin ausgerichtet werden.

Bankintegrierter Immobilienservice

Die SHI hat ein Konzept zur umfassenden strategischen Neupositionierung beschlossen. Dieses sieht einen bankintegrierten Immobilienservice der genossenschaftlichen Gruppe vor. Es geht dabei nicht nur um quantitative Ziele, sondern um die künftige Ausrichtung der Immobiliendienstleistungen von SHI unter Berücksichtigung der Interessen der Primärbanken. Oberstes Ziel ist die Stärkung der Immobilien-Kompetenz im genossenschaftlichen Finanzverbund, das heißt in der Konsequenz eine lokale Stärkung jeder Volks- und Raiffeisenbank in diesem wichtigen Kerngeschäftsfeld.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, hat die SHI ihre Strategie neu entwickelt und sieht sich als Dienstleister und Produktlieferant für die genossenschaftlichen Banken vor Ort. Gemeinsam sollen neue Immobilienkundenkreise erschlossen werden. Ziel ist es,

▶ die Marktanteile der gesamten genossenschaftlichen Finanzgruppe im Immobilienvermittlungs- und Finanzierungsgeschäft deutlich zu steigern,

▶ Marktpositionen und Kundengruppen gegen den Einfluss von Wettbewerbern langfristig abzusichern sowie

▶ Ertragsquellen und Ertragskraft der genossenschaftlichen Finanzinstitute zu stärken.

Das Kooperationsangebot von SHI an die Partnerbanken vor Ort konzentriert sich auf den gemeinsamen Vertrieb von Auslandsimmobilien, organisatorische Komplettlösungen für den Immobilienservice der Primärbanken sowie auf Serviceleistungen bei der Immobilienvermittlung. Zugleich will die Schwäbisch Hall Immobilien-Gesellschaft in Kooperation mit den Genossenschaftsbanken ihre Vermittlungsaktivitäten bedeutend ausweiten. Mittelfristig soll das jährliche Courtagevolumen von etwa 25 auf 80 Millionen DM steigen. An dieser Ergebnissteigerung sollen die kooperierenden Volks- und Raiffeisenbanken teilhaben.

Auslandsimmobilien als Wachstumsmarkt

Die Vermittlung von Auslandsimmobilien ist unbestritten ein Wachstumsmarkt. Immer mehr Deutsche wünschen sich ein Feriendomizil oder einen Altersruhesitz in den sonnenverwöhnten Regionen Europas und haben auch das Geld dafür. Schätzungen gehen davon aus, dass in Deutschland jährlich rund 70 000 Auslandsobjekte vermittelt werden können. 82 Prozent der Primärbanken bekunden daran Interesse. Aus Sicht der Verbundinstitute rundet die Auslandsimmobilie das regionale Objektangebot der Primärbanken ab und erhöht deren Attraktivität.

Das anspruchsvolle Auslandsgeschäft bedarf einer Begleitung durch versierte Immobilienfachleute. Die Bankmitarbeiter greifen deshalb beim Vertrieb von Auslandsimmobilien auf die professionelle Unterstützung der SHI zurück. Denn für eine einzelne Bank lohnt der Aufbau eines eigenen Know-hows kaum. Die Verkaufsstrategie unterscheidet sich

vom Inlands-Immobiliengeschäft. Marktkenntnisse sowie Fachwissen über die Abwicklung von Auslandsimmobilien sind aber selten vorhanden.

SHI verfügt über das nötige Know-how und hat entsprechende Ressourcen aufgebaut. Sie hat mehr als 1000 Objekte im Auslands-Angebot, vorwiegend auf dem spanischen Festland, auf Mallorca, Teneriffa, den Balearen, in Griechenland, Frankreich und Italien. Genutzt werden hierfür der eigene Außendienst sowie Kooperationsbanken im Ausland. Marktstellung und Erfahrung haben das Immobilienunternehmen aus Kundensicht zu einem seriösen Anbieter auf dem allgemein als „unsicher“ eingeschätzten Auslandsimmobilienmarkt gemacht.

SHI baut jetzt ein flächendeckendes Netz von qualifizierten Beratern im genossenschaftlichen Verbund auf. Damit können die Primärbanken ihre Kunden in diesem Geschäftsfeld qualifiziert betreuen. Gerade im Wachstumsmarkt Auslandsimmobilien sollte sich der genossenschaftliche Finanzverbund künftig stärker engagieren, um deutliche Marktanteilsgewinne zu realisieren. Um die Voraussetzungen hierfür zu schaffen, nimmt die SHI hohe Vorlaufinvestitionen in Kauf.

Komplettlösungen für den Inlandsmarkt

Das so genannte Modell des bankintegrierten Immobilienvertriebs sieht vor, dass interessierten örtlichen Banken qualifizierte Immobilien-Vertriebsmitarbeiter zur Verfügung gestellt werden. Diese bearbeiten im Rahmen eines Outsourcing-Modells den lokalen Immobilienmarkt. Damit sichert die Bank ihren eigenen Marktauftritt vor Ort und kann zugleich die Vorteile der Infrastruktur eines bundesweit tätigen Immobilienunternehmens nutzen. Gegenüber ihren Kunden bewahrt und erweitert die Bank ihre Immobilienkompetenz. Der Marktauftritt findet immer unter dem Logo der Bank und der SHI statt.

Die Bereitstellung eines SHI-Mitarbeiters, der in der Bank vor Ort tätig und vollständig integriert ist, entbindet die Bank von der Notwendigkeit, eine eigene Immobilienabteilung zu führen oder neu aufzubauen. Größere Bankeinheiten erfordern größere Immobilieneinheiten und damit eine professionelle Führung und Steuerung. SHI gewährleistet die Einstellung qualifizierter Spezialisten

und deren intensive Einarbeitung, Schulung, Coaching und Steuerung.

Serviceleistungen für die Immobilienvermittlung

Die Kostenentwicklung im Bankenbereich zwingt dazu, die Bearbeitungskosten zu senken. Damit Prozesse optimiert werden können, stellt SHI Banken, die das lokale Immobiliengeschäft in eigener Regie betreiben, umfangreiche Dienstleistungen zur Verfügung.

Dazu gehört eine einheitliche Immobiliensoftware, die den Anforderungen der genossenschaftlichen Finanzinstitute entspricht.

Die Bausparkasse wird für und mit dem genossenschaftlichen Finanzverbund eines der führenden Immobilienportale aufbauen, um neuen Kundenansprüchen zu entsprechen und Zukunftsmärkte zu besetzen. Das Profil und Aufgabenfeld der Immobilienmakler wird sich wesentlich ändern. In viel stärkerem Maße als zuvor geht es um professionelle Beratungsangebote in einem transparenter werdenden Immobilienmarkt.

Die SHI wird ihr Aus- und Weiterbildungsangebot daraufhin ausrichten und auch Bankmitarbeitern öffnen.

Eine Ausweitung der Makleraktivitäten bewirkt eine Stärkung des zinsunabhängigen Geschäfts. Zuwachs an Finanzierungsgeschäft als Folge von Vermittlungsgeschäft stärkt die Aktivseite der Bilanz.

An erster Stelle steht die Aufgabe, die Immobiliengeschäfte des Genossenschaftssektors auf die wachsenden Anforderungen und den zunehmenden Wettbewerb im Markt der privaten Wohnimmobilien einzustellen. Gefordert sind mehr Professionalität und bessere Beratung für die Kunden.

● Der integrierte Immobilienservice der SHI zielt darauf ab, professionelle Maklerdienstleistungen direkt in die Primärbanken zu transferieren und so deren Immobilienkompetenz vor Ort zu stärken. Dies fördert das Image der Genossenschaftsbanken bei ihren Kunden.

● Die bewährte Strategie „Alles aus einer Hand“ muss von der Finanzierung auf den gesamten Immobilienbereich ausgeweitet werden und die gesamte Wertschöpfungskette erfassen.

Im Wettbewerb um Kunden und Marktanteile wird der mit dem bankintegrierten Immobilienservice verbundene einheitliche Marktauftritt der genossenschaftlichen Institute die Positionen der genossenschaftlichen Partnerbanken stärken. Ziel muss es sein, neben den Objekten aus der Bank-Kunden-Beziehung zusätzliche Objekte auf dem freien Markt in Konkurrenz zu Privatmaklern zu akquirieren. Dies ist für eine Wachstumsstrategie unerlässlich. Regionale Auftritte können dabei vernetzt werden.

Das konkrete Objektangebot wird umfangreicher und qualifizierter. Der einheitliche und zugleich erweiterte Marktauftritt hebt gegenüber Kunden und Wettbewerbern die Immobilienkompetenz der regionalen Bank deutlich hervor.

Ausweitung des Geschäftsvolumens

Zugleich geht es darum, die Immobilienaktivitäten der Primärbanken kräftig auszuweiten. Zum einen müssen jene Potenziale, die durch die unterdurchschnittlichen Marktanteile der genossenschaftlichen Gruppe am Immobiliengeschäft gegeben sind, möglichst rasch gesteigert werden. Es gibt kaum vernünftige Gründe dafür, warum die Marktanteile bei der Vermittlung und Finanzierung von privaten Wohnimmobilien hinter der übrigen Kundenreichweite zurückbleiben sollen. Die Genossenschaftsbanken als regionale Finanzinstitute mit hoher Präsenz vor Ort verfügen über lokale Marktkenntnis.

► Ihre starke Kundenbindung und ihre besondere Affinität zu Handel, Handwerk, Gewerbe und Mittelstand sind zudem ausgezeichnete Voraussetzungen dafür, zu dem Immobiliendienstleister für diese attraktiven Kundengruppen zu werden.

► Andererseits zielt eine Ausweitung der Immobilienaktivitäten der Genossenschaftsbanken darauf ab, langfristig Anteile am Wachstumsmarkt des privaten Wohneigentums zu sichern.

In den letzten Jahren hat die Zahl der fertig gestellten Ein- und Zweifamilienhäuser stetig zugenommen. Dabei wird das Wohneigentum für Selbstnutzer – das klassische Eigenheim – gegenüber der Anlageimmobilie und der Eigentumswohnung weiter deutlich an Gewicht gewinnen.

In den nächsten Jahren wird sich besonders das Segment der Gebrauchtimmobilien entwickeln. Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass mit der Erbengeneration eine wachsende Zahl von geerbten Objekten auf den Markt kommen wird. Dieses Angebot erschließt neue Käuferschichten, die bisher auf Grund ihrer Einkommenssituation vom Bau oder Kauf eines Hauses abgesehen haben. Hinzu kommt ein stark wachsender Privatisierungsmarkt, der das regionale Immobilienangebot vor allem in Ballungszentren prägen wird.

Gewährleistung einer hohen Qualität

SHI folgt dem Ziel, sämtliche Immobilienaktivitäten der genossenschaftlichen Banken vor Ort zu stärken. Das Unternehmen wählt gemeinsam mit der Bank geeignete Mitarbeiter aus und sorgt für ihre Einarbeitung und Qualifizierung. Diese Maßnahmen als Voraussetzung für ein qualitativ hochwertiges Immobiliengeschäft müssen besonders betont werden. Denn auf dem weitgehend unregulierten Maklermarkt sind Seriosität und Qualifikation von Vermittlern besondere Wettbewerbsvorteile.

SHI-Mitarbeiter verstehen sich als völlig integrierte Vertriebsorgane der Bank. Eine enge Führung und Steuerung der SHI-Außendienstmitarbeiter entsprechend der Bankinteressen ist gewährleistet. Das Engagement der Bank beschränkt sich darauf, den Arbeitsplatz in der Bank sowie die technische Infrastruktur zur Verfügung zu stellen und die Sachkosten zu tragen. Damit ergeben sich für Banken mit integriertem SHI-Außendienstmitarbeiter deutliche Kostenvorteile. Im derzeitigen Wandlungsprozess des genossenschaftlichen Sektors wird das Immobiliengeschäft durch Fusionen neu strukturiert. Das integrierte Bank-Modell ist eine sinnvolle Alternative, das Immobiliengeschäft professionell auszubauen.

Cross-Selling-Potenziale

Die selbstgenutzte Immobilie gewinnt als Vermögensgegenstand für die Altersvorsorge zunehmend an Bedeutung. Sie gehört daher innerhalb der Vermögensberatung für die Kunden in eine Reihe mit Wertpapieranlagen, Bankprodukten und kapitalaufbauenden Finanzprodukten. Dabei ist fest-

zustellen, dass die Immobilienvermittlung besonders geeignet ist, die Nachfrage der Kunden nach weiteren Finanzdienstleistungen anzuregen – zusätzlich zur Finanzierung!

Es ist eine alte Weisheit, dass Immobiliengeschäfte in der Regel die Kundenbindung stärken. Wer erfolgreich mit Hilfe seiner Bank eine Immobilie gekauft und finanziert hat, wird bei seiner Bank normalerweise auch weitere Finanzdienstleistungen für sich und seine Familie in Anspruch nehmen.

Neben diesem grundsätzlichen Zusammenhang zwischen Immobiliengeschäft und sonstigen Bankgeschäften ergeben sich in der täglichen Bankpraxis konkrete Cross-Selling-Effekte. Das regelmäßige und zeitnahe Feedback über Immobilientipps fördert die Motivation der Mitarbeiter. Die räumliche Integration des SHI-Außendienstmitarbeiters in die Bank erleichtert dabei die Nutzung von Cross-Selling-Impulsen. Menge, Qualität und Aktualität der Banktipps an den Vermittler wachsen und damit auch das Finanzierungsgeschäft für die Bank. Außerdem nehmen die Vertriebszahlen von Bankprodukten im Anschluss an Immobilienvermittlungen zu.

Attraktive Erlösquelle

Einnahmen aus der Immobilienvermittlung sind für die Banken besonders attraktiv, weil sie keinem Zinsmargendruck unterliegen. Damit trägt das Immobiliengeschäft zur Ertragstabilisierung bei. Bei dem von der SHI angebotenen bankintegrierten Immobilienservice sind die Banken in attraktiver Weise an den Immobilienumsätzen beteiligt.

- Die Banken erhalten Provisionen nicht nur für das von ihnen initiierte Geschäft, sondern sie sind an allen Immobilienumsätzen beteiligt.

- Der Provisionsatz beträgt zwischen 15 und 35 Prozent der erzielten Courtage.

Die Provisionshöhe richtet sich nach dem erzielten Gesamtumsatz sowie nach dem Engagement der Bank bei der Werbung. Bei der Objektwerbung kann sowohl eine Übernahme der Kosten und Steuerung durch die SHI als auch durch die genossenschaftliche Bank vereinbart werden.

Die Vorteile des optionalen Kooperationsmodells liegen aus Bankensicht vor-

allem in der Umsatzbeteiligung bei gleichzeitigem Wegfall des Ertragsrisikos. Die umsatzabhängige Provisionsgestaltung erhöht das Interesse der Bank an der Immobilienvermittlung als integrierte Bankdienstleistung. Die Kosten für den Immobilienservice sind auf den Arbeitsplatz sowie die Logistik für den in der Bank tätigen SHI-Mitarbeiter beschränkt. Die jeweilige Bank hat insofern keine Personalkosten und kein Personalrisiko zu tragen.

Nutzen für alle Beteiligten

Mit den geschilderten Maßnahmen können die Banken ihren Kunden einen professionellen und exklusiven Immobilienvertrieb bieten. Die SHI-Makler vermitteln alle Finanzierungsgeschäfte an die Bank. Damit wird sicher gestellt, dass die gesamten Immobiliendienstleistungen für den Kunden innerhalb der Bank verbleiben. Für die SHI zählt, dass die gesamte Immobilienvermittlung der Bank über den SHI-Makler abgewickelt wird.

Durch diese Zusammenarbeit werden Interessenkollisionen ausgeschlossen. Zugleich erhöht sich die Vertriebskraft aller Beteiligten beträchtlich. Dabei geht es nicht nur um eine einfache Zusammenlegung und Konzentration der Immobilienaktivitäten innerhalb der genossenschaftlichen Gruppe, sondern um eine Potenzierung des Ergebnisses durch eine völlig neue Art der Kooperation. Die enge Verzahnung der Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie von SHI mit dem Vertriebsnetz der Bausparkasse Schwäbisch Hall rundet den Komplettscharakter der bankintegrierten Immobiliendienstleistung ab.

Vorteile entstehen auch durch den erheblichen Imagegewinn. Während die Volksbanken und Raiffeisenbanken an Profil als Immobiliendienstleister gewinnen, kann die SHI ihre Präsenz bundesweit ausbauen. ■

Für Ihren Terminkalender:

**36. Herbsttagung
des Langfristigen Kredits**

am 27. September 2001
im Kurhaus Wiesbaden

Helmut Richardi Verlag
Fax (069) 707 84 00