

## Im Blickfeld

### Schnauze voll von Krise?

Gute Finanzvermittler sind rar. Entsprechend kreativ muss eine Bausparkasse um sie werben, wenn sie die übliche Fluktuation in der eigenen Mannschaft nicht nur quantitativ, sondern vor allem qualitativ ausgleichen will. Erst recht anstrengen muss sich das Institut jedoch, wenn es seinen Vermittlerpool ausbauen möchte. Dabei verkaufen sich Bausparverträge seit Jahren „wie geschnitten Brot“. Das Geschäft, so jubeln die Bausparkassen, brummt – erst recht seit mit Wohn-Riester auch der Eigenheimerwerb wieder staatlich gefördert wird. Ein Ausbau des Vertriebs scheint unter diesen Umständen fast zwangsläufig zu sein.



Tatsächlich

herrscht auch in dem aktuell bausparfreundlichen Marktumfeld ein erbitterter Wettbewerb der Kassen um Kunden und Marktanteile. Weil jedoch die Produkte recht ähnlich und die Konditionen nicht über Nacht zu variieren sind, kommt es auf die Vermittler an. So will die LBS in Münster dringend 130 zusätzliche Vermittler anwerben, um ihr Ziel von mehr als 50 Prozent Marktanteil im nordrhein-westfälischen Bausparneugeschäft nachhaltig zu erreichen. Zwar wächst der Bausparabsatz über die Sparkassen in Nordrhein-Westfalen beständig, doch ist der LBS daran gelegen, auch ihren eigenen Außendienst zu stärken und das ausgewogene Verhältnis zwischen beiden Vertriebskanälen nicht zu stark in die eine oder andere Richtung kippen zu lassen.

Bei der Jagd nach den besten Verkäufern ringt die Landesbausparkasse allerdings mit den Wettbewerbern Schwäbisch Hall, BHW und Wüstenrot, die ebenfalls ihre Vertriebskapazitäten

ausbauen wollen. Deshalb hat die LBS West jetzt einen besonderen Spürhund angesetzt: Er ist dick, faltig und hässlich. Die Bulldogge, die seit Mitte Januar in 60 Städten Nordrhein-Westfalens von den Plakatwänden zu sabbern scheint, soll mit dem Titel „www.schnauze-voll-von-krise.de“ Menschen finden, die nicht jammern, sondern anpacken. Diese können ihre persönlichen Rezepte gegen Rezession und Finanzmarktkrise in einem Weblog vorstellen oder sich gleich als potenzieller Verkäufer zur LBS apportieren lassen.

Dabei ist die Bausparkasse zunächst nicht wählerisch. Neueinsteiger ohne Berufserfahrung in Finanzdienstleistungen seien ebenso für den eigenen Außendienst gesucht wie berufserfahrene Finanzberater und Wiedereinsteiger. Bereits nach den ersten Tagen hätten sich erste Interessenten gemeldet. Wie erfolgreich die bis Mitte Februar geplante Kampagne, die sich die LBS einen kleinen fünfstelligen Betrag kosten lässt, tatsächlich ist, wird sich aber erst einige Monate später herausstellen, wenn die neuen Mitarbeiter geschult und im Markt unterwegs sind. (L.H.)

### Der goldene Pass

Was lange währt, weiß der Volksmund zu berichten, könne schließlich nichts Schlechtes werden. Insofern ist bei manchen Dingen wohl schon allein die schlichte Existenz als Qualitätsmerkmal zu werten. Lange erwartet, wenn auch von der Immobilienwirtschaft nicht herbeigesehnt, hat nun endlich auch Deutschland ein Zertifizierungssystem für ökologische Unbedenklichkeit im Bau: das Deutsche Gütesiegel Nachhaltiges Bauen. Damit zieht die Republik, die sich gerne in der Rolle des ökologischen Vorreiters sieht, auch beim Bauen mit Ländern gleich, die vergleichbare Prädikate schon seit Jahren vergeben.

Allerdings reklamieren die Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e.V. und das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung für ihren gemeinsam entwickelten Kriterienkatalog, dass er umfassender und präziser sei als die Vorbilder aus Frankreich, Großbritannien und den USA. Während diese den Fokus lediglich auf Energieverbrauch und Umweltverträglichkeit

legen, berücksichtige das deutsche Siegel außerdem ökonomische, soziale und technische Qualitäten. Diese in 49 Kriterien erfassten Gebäudeeigenschaften werden darüber hinaus gewichtet, während beispielsweise das US-Label Leed (Leadership in Energy and Environmental Design) auf einer Liste von hundert gleichwertigen Punkten basiert.

Erprobt und feinjustiert wurde die Öko-Plakette in den vergangenen Monaten an 28 Büro- und Verwaltungsgebäuden von privaten und öffentlichen Bauherren in ganz Deutschland. Angetreten waren niedrige Gebäude und Hochhäuser, deren Bruttogrundflächen von 600 bis 130 000 Quadratmeter reichten. Dabei zeigte sich, dass sich vor allem Gebäude, die sich noch in der Planung befinden, am besten hinsichtlich Betriebskosten oder ökologischer Performance optimieren lassen. Am hellsten strahlte die Gold-Medaille für das Paul-Wunderlich-Haus des Kreises Barnim in Eberswalde, das mit einer Gesamtnote von 1,18 das beste Zertifikat bekam. Insgesamt wurde sechsmal Gold, siebenmal Silber und dreimal Bronze vergeben.

Mit der Verleihung der Gütesiegel geht die Erprobung jetzt in die zweite Phase. Denn die Anregungen aus dem Praxistest werden nun in das Zertifizierungssystem eingearbeitet. Parallel läuft ein systematischer Kommentierungsprozess in der Bau- und Immobilienbranche. Das auf Basis der Erprobungsphase entwickelte Gütesiegel „Neubau Büro und Verwaltung, Version 2008“ soll in den kommenden Monaten überarbeitet und im Laufe des Jahres als aktualisierte Version 2009 auf den Markt gebracht werden. Bis dahin werden die bei der DGNB eingereichten Objekte nach dem bestehenden System zertifiziert. In einem nächsten Schritt soll ab Frühjahr 2009 ein Gütesiegel für andere Bauwerkstypen und für Bestandsbauten entwickelt werden. Jetzt kommt es noch darauf an, ein Ausbildungsprogramm für die Auditoren zur Vergabe und Kontrolle des Gütesiegels zu entwickeln. Dieses sei in Vorbereitung und soll ab der zweiten Jahreshälfte deutschlandweit angeboten werden.

Mit dem jetzt verfügbaren Gütesiegel findet Deutschland nicht nur den Anschluss an die ökologischen Standards seiner Nachbarn, sondern gibt zumindest einen Image-Impuls an den Immobilienmarkt, Nachhaltigkeit stärker

wahrzunehmen. Ob sich mit dem neuen Ausweis höhere Flächenmieten durchsetzen lassen oder schneller Mieter finden, muss sich erst erweisen. Noch reagiert der Markt trotz aller Bekundungen reserviert. Aber vielleicht erweist sich ein anerkanntes Prüfsiegel doch als stärkeres Argument als unstandardisierte Öko-Bilanzen. Um beim Volksmund zu bleiben: „Ohne meinen Pass glaubt mir keiner was.“ (Red.)

## Fuchsjagd ist eröffnet

Es war ein schönes Bild: lachende und zufriedene Banker. Das sieht man dieser Tage nur allzu selten. Viel zu präsent ist überall in der Republik die Krise. Von Krise ist bei den Bausparkassen nichts zu spüren. Im Gegenteil, die Sorge und Unsicherheit lässt das Geschäft boomen. Das liegt zum einen daran, dass immer in Zeiten zusammenbrechender Kapitalmärkte das Thema Immobilien und hierbei auch gerade die selbst genutzte Immobilie wieder auf den Radar der Anleger kommt. Es liegt aber vor allem natürlich am Image des Bausparens: ein wenig altmodisch zwar, aber absolut risikoarm und verlässlich. Und das wiederum rührt daher, dass sich die Branche im Großen und Ganzen treu geblieben ist und ihren Gründungsauftrag, anders als manch anderer Finanzdienstleister, nicht vergessen hat – das Zwecksparen steht noch im Vordergrund des Geschäfts. Das ist gut so und das muss unbedingt so bleiben. Sonst droht das Renommee erheblich Schaden zu nehmen.

Und dann sind Rekordjahre, wie es 2008 wieder einmal war, sicherlich die Seltenheit. Schwäbisch Hall beispielsweise: Der Marktführer hat zum sechsten Mal in Folge ein Rekordjahr hingelegt – das dritte für den Vorstandsvorsitzenden Matthias Metz. Ohne den Erfolg des Konkurrenten W&W (Wüstenrot & Württembergische Gruppe) des früheren Schwäbisch-Hall-Chefs Alexander Erdland schmälern zu wollen, der kurz vor der Pressekonferenz der Haller Kollegen ebenfalls vorläufige Zahlen vorlegte und sicherlich mit deutlich über 20 Prozent die größten Zuwächse unter den privaten Bausparkassen verzeichnen dürfte und damit die Wende verdübelt geschafft hat: Ausgehend von dem schon hohen Niveau verdient der neuerliche Erfolg von Schwäbisch Hall größten Respekt.

Das Bausparneugeschäft stieg nochmals um fast 17 Prozent, von 27,4 auf 32 Milliarden Euro. Dabei schlug vor allem das Jahresendgeschäft zu Buche. Nachdem zu Jahresbeginn noch eher Zurückhaltung bei den Sparern zu spüren war, lag der Dezember dank Krise und Schlussverkauf durch Änderung der Wohnungsbauprämie 80 (!) Prozent über dem Vorjahr. Hinter dem neuen Rekord stehen 1,1 Millionen neue Bausparverträge, 27 Prozent mehr als im Vorjahr. Für die gesamte Bausparbranche wird mit einem Zuwachs von 13 Prozent gerechnet, was einem Bausparvolumen von 110 Milliarden Euro entspricht. Der Haller Marktanteil liegt demzufolge erstmals über der 30-Prozent-Marke.

Der Vertriebs Erfolg stammt zu 52 Prozent oder 16,7 Milliarden Euro von den Volks- und Raiffeisenbanken und zu 48 Prozent oder 15,3 Milliarden Euro vom eigenen Haller Außendienst. Das rentiert sich auch für die Primärstufe, auch wenn die Diskussion um die Verteilung der Erlösströme wohl niemals nachlassen wird: Die Provisionserträge der Banken aus dem Bauspar-Neugeschäft sind gegenüber dem Vorjahr um 50 Millionen Euro auf rund 300 Millionen Euro gestiegen. Aber: Bei einer großen Volksbank wie der Frankfurter Volksbank sind die Erlöse aus dem Verbundgeschäft zwar sicherlich willkommen, aber gleichen den sprichwörtlichen „Peanuts“ – sie verdient den Großteil ihrer Provisionserlöse aus dem Wertpapiergeschäft.

Im Baufinanzierungsgeschäft kommt Schwäbisch Hall natürlich die aktuelle Zinsentwicklung entgegen. Die abgerufenen Darlehen stiegen um 22 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro, das dritte Plus in Folge und der höchste Wert seit 2003. Darüber hinaus stieg das „Schwäbisch Hall-Sofort Baugeld“ um 35 Prozent auf rund zwei Milliarden Euro. Allerdings liegen die Zwischenkredite und das für die Partnerbanken vermittelte Kreditvolumen bei unverändert 4,2 Milliarden Euro und damit annähernd so hoch wie das tarifliche Geschäft. Hinzuzurechnen ist noch das Geschäft mit Vorausdarlehen der Genossenschaftsbanken, die mit einem Bausparvertrag unterlegt sind, von 3,7 Milliarden Euro.

Das Vorsorgegeschäft des „Multiproduktvertriebs“ Schwäbisch Hall litt dagegen unter der Krise und ging um 2,4 Prozent auf sechs Milliarden Euro zurück.

Hier wurde vor allem die Zurückhaltung der Anleger gegenüber Aktien und entsprechender Fonds spürbar. Das Ausland steuerte 690 000 Bausparverträge mit einem Volumen von 8,6 Milliarden Euro und Baufinanzierungen in Höhe von 1,9 Milliarden Euro zum Gesamtergebnis bei.

In der Gewinn- und Verlustrechnung legte der Zinsüberschuss um 25 Millionen Euro auf 962 Millionen Euro zu. Das traditionell negative Provisionsergebnis „stieg“ aufgrund der sofort zu leistenden Provisionen um 40 Millionen Euro auf minus 220 Millionen Euro. Die Verwaltungsaufwendungen erhöhten sich leicht auf 363 Millionen Euro, sodass das Teilbetriebsergebnis auf 379 Millionen Euro sank: den zweitbesten Wert der 77-jährigen Unternehmensgeschichte, fünf Prozent unter dem Rekordwert aus dem Vorjahr. Die Eigenkapitalrendite beträgt 13,8 Prozent nach 14,9 Prozent, die Cost Income Ratio bei 48,9 Prozent.

Der Ausblick der Verantwortlichen fällt angesichts der Zahlen verständlicherweise etwas verhalten aus. Im Großen und Ganzen soll das Ergebnis im laufenden Jahr bestätigt und gehalten werden, wobei vor allem im Bausparneugeschäft und im Baufinanzierungsgeschäft die Rekordmarken wieder erreicht werden sollen. Dabei kann der „Wohn-Riester“ helfen, weniger bei den absoluten Zahlen als vielmehr als Türöffner für das Kundengespräch.

Nach mehreren Jahren der Neuausrichtung brachte 2008 auch für den W&W-Konzern endlich den erhofften Wachstumsschub. Das Bruttoneugeschäft stieg um 24 Prozent auf rund zehn Milliarden Euro, das eingelöste Neugeschäft legte um 21 Prozent auf rund acht Milliarden Euro zu. Es wurden brutto 325 000 (plus 22 Prozent) neue Verträge vermittelt, netto 280 000 (plus 21 Prozent). Dabei scheint bei Wüstenrot langsam, langsam auch das Cross-Selling in Gang zu kommen: „Engagiert unterstützt wurde er [der Außendienst] von den Agenturen der Württembergischen“, so Alexander Erdland. Der Außendienst der Württembergischen nehme damit unter den deutschen Versicherern eine Spitzenposition beim Verkauf von Bausparprodukten ein – wohl auch, weil sich derzeit Versicherungen und andere Vorsorgeprodukte wie Fonds nur äußerst schwer an den Mann bringen lassen. (P.O.)