

Bausparen und Bausparkassen 2009

Vom Nutzen einer Bausparkasse

Jochen Petin

Allein die beträchtliche Zahl von Bausparkassen und ihre beachtliche Verbreitung in den Finanzdienstleistungsgruppen zeigen, dass Bausparen aus Anbietersicht ein lukratives Produkt ist. Dabei sind es in den Augen des Autors nicht nur die langfristige Kundenbindung und die Möglichkeiten des Cross Sellings, mit denen Bausparen überzeugt. Die Bausparkassen selbst können durch ihre Ertragskraft einen wesentlichen Beitrag zum Konzernergebnis liefern. Entscheidend ist freilich, dass der gruppeneigene Vertrieb Bausparen versteht und verkaufen will. Hierbei gibt es durchaus noch Potenziale. (Red.)

In Deutschland gibt es keine börsennotierten Bausparkassen mehr. Bausparkassen, egal ob öffentlich-rechtlich oder privat, gehören zu Gruppen, die unter ihrem Dach unterschiedliche Finanzdienstleister vereinen. Auch wenn sie, wie einige große Institute, nicht im Eigentum einer einzelnen Holding stehen, sind sie doch eng eingebunden in einen Verbund von Finanzdienstleistungsunternehmen. Normalerweise ist so etwas kein Zufall. Es liegt deshalb die Frage nahe: „Was ist der Nutzen einer Bausparkasse für eine Finanzdienstleistungsgruppe?“

Die Antwort auf diese Frage muss – über die primären Ertragserwartungen des Eigentümers hinaus – weitere Aspekte wie den Nutzen für Kunden und für die Vertriebe in der Gruppe einschließen. Naturgemäß lässt sich ein solch vielschichtiges Thema nicht allgemeingültig behandeln. Deshalb soll sich im Folgenden auf die Verhältnisse bei der Deutschen Bausparkasse Badenia und deren Einbindung in die Generali Deutschland Gruppe, der zweitgrößten Erstversicherungsgruppe auf dem deutschen Markt, konzentriert werden.

Ertragsaspekte

Zunächst zum reinen Ertrag. Bei der Badenia haben sich in den vergangenen Jahren Ertragskraft und Ertrag laut Gewinn- und Verlustrechnung (GuV) sehr unterschiedlich entwickelt. Die Ertragskraft als Ausdruck operativer Stärke hat zugenommen und bewegt sich auf hohem Niveau. Dennoch war letztendlich der Ertrag laut GuV (Jahresüberschuss) aufgrund von Sondereinflüssen gering. Ausdruck der guten Entwicklung bei der Ertragskraft ist die günstige Entwicklung eines bereinigten Ergebnisses der normalen Geschäftstätigkeit. Es ist von rund

0,5 Prozent (2002) auf etwa 0,8 Prozent (2007/2008) des zinspflichtigen Aktivgeschäfts angestiegen.

Unterstellt man, dass dieses Geschäftsvolumen mit einem betriebswirtschaftlich und regulatorisch erforderlichen Eigenkapital von rund zehn Prozent gemäß Solvabilitätsanforderungen unterlegt ist, beträgt die tatsächlich erforderliche Eigenkapitalquote knapp fünf Prozent bezogen auf das Geschäftsvolumen. Durchgerechnet ergibt sich – unter Berücksichtigung von durchschnittlich erforderlichen Kreditrisikokosten – somit eine Vorsteuer-Rendite von zirka 20 Prozent.

Der tatsächlich erzielbare beziehungsweise in der Vergangenheit erzielte Ertrag litt demgegenüber darunter, dass die Badenia immer wieder hohe Rückstellungen und Wertberichtigungen bilden musste. Diese hatten Risiken Rechnung zu tragen, die im Zusammenhang mit der Finanzierung von Anlegerobjekten entstanden, die vor allem in den neunziger Jahren von unterschiedlichen Vertriebsorganisationen vermittelt worden waren. Das ist eine Sonderkonstellation, die so nicht repräsentativ ist – weder für das Bausparen im Allgemeinen, noch für das Geschäft der Badenia heute.

Für die grundsätzliche Frage des Nutzens einer Bausparkasse aus Aktionärsicht ist vielmehr entscheidend, dass die Ertragsmechanik des Bauspargeschäfts in Ordnung ist. In dieser Disziplin ist es der Badenia gelungen, eine Verbesserung der

operativen Kennzahlen zu erzielen. Dabei hat die Gesellschaft in den vergangenen Jahren ihr Geschäftsvolumen nicht ausgebaut, sondern zurückgeführt. Dadurch verringerte sich zwar die Basis der Zins- und Provisionseinnahmen, aber die Profitabilität stieg, weil auf Geschäft mit negativen Deckungsbeiträgen und dessen Quersubventionierung verzichtet wurde.

Nutzen für Kunden und Vertriebe

Nun zum Nutzen für Kunden respektive Vertriebe. Dieser geht in gewisser Weise parallel. Ein Kunde, der deshalb zufrieden ist, weil er hinsichtlich all seiner Finanzprodukte aus einer (Vermittler-)Hand und aus einer (Anbieter-)Gruppe heraus betreut wird, stellt seinerseits auch den Vermittler zufrieden. Der Nutzen einer Betreuung aus einer Hand ergibt sich daraus, dass der Kunde, der eine Beratung nachfragt, letztlich nicht das selbst zum Beispiel im Internet gewählte Produkt sucht, sondern eine umfassende Herangehensweise an seine finanziellen Ziele und Möglichkeiten wünscht. Werden dabei so zentrale Bereiche wie die Wohnvorsorge ausgeklammert, berührt dies die Beratungsqualität.

Der weit überwiegende Teil der Vertriebe, mit denen die Badenia zusammenarbeitet, nutzt einen umfassenden Beratungsansatz. Die daraus erstellten Analysen bestätigen das weit verbreitete Bedürfnis, die finanzielle Grundlage für ein besseres Wohnen in der Zukunft zu schaffen. Dies wird auch von der Marktforschung bestätigt. Bausparen ist ein wichtiges Instrument, um dieses Ziel zu erreichen. Nicht umsonst verfügen rund 50 Prozent der deutschen Haushalte über mindestens einen Bausparvertrag.

Kommt der Produktgeber Bausparkasse aus der eigenen Gruppe, ist dies aus mehreren Gründen vorteilhaft:

- grundsätzlich bessere Abstimmung des Finanzproduktportfolios auf die finanzielle Leistungsfähigkeit des Kunden,
- bessere Angebotsintegration (zum Beispiel für die verschiedenen Riester-Durchführungswege),
- besser integrierte Informationsplattform für die Beratungsarbeit beim Kunden,
- besser geschulte Betreuer durch Integration der verschiedenen Schulungsmaßnahmen.

Der Autor

Dr. Jochen Petin ist Vorsitzender des Vorstands der Deutschen Bausparkasse Badenia AG, Karlsruhe.

Die Beratung aus einer Hand sollte eine bessere Passgenauigkeit des Portfolios der Finanzprodukte (inklusive Bausparen) auf die finanzielle Leistungsfähigkeit des Kunden gewährleisten. Einer der wichtigsten Gründe für die Kündigung von Vorsorge-Verträgen ist eine finanzielle Überforderung des Kunden. Während die Lebensversicherung ihre Beiträge verpflichtend erhebt, ist dies bei der Bausparung von Bausparverträgen faktisch nicht so. Und nicht oder nur unzureichend besparte Bausparverträge nutzen weder dem Kunden noch der Bausparkasse. Die Erfahrung der Badenia ist, dass diejenigen Vertriebe, die mit einer koordinierten und ganzheitlich orientierten Beratung ihre Kunden betreuen, einen Kundenbestand aufgebaut haben, der eine überdurchschnittliche Spardisziplin zeigt.

Neuer Wettbewerb durch Wohn-Riester?

Durch die Erweiterung der Riester-Rente um die sogenannte „Wohn-Riester“-Förderung könnte mittelfristig ein Wettbewerb in den Gesellschaften und Vertrieben beginnen, Kunden von einem in einen anderen Durchführungsweg zu ziehen. Die Gefahr wäre vor allem dann groß, wenn in der Gruppe selbst beispielsweise nur ein einzelner Durchführungsweg angeboten würde. Das ist in der Generali Deutschland Gruppe nicht der Fall. Das Angebot von Wohn-Riester neben den bereits bestehenden Angeboten der Riester-Rente in dieser Gruppe ist zudem auch ein Signal an die Kunden, dass der in Sachen Riester bisher marktführende Anbieter auch ein optimales Angebot für Wohn-Riester bereit hält.

Insgesamt erhöht sich die Chance, dass die Kunden von vornherein das für sie passende (Riester-)Produkt abschließen

Abbildung 1: Ertragskraft der Deutschen Bausparkasse Badenia

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	in Millionen Euro						
Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit*	18,5	30,4	54,2	50,3	44,6	42,3	34,7
Durchschnittliches zinspflichtiges Volumen	5 074,9	5 026,0	5 092,1	5 198,2	5 220,0	5 094,6	4 938,4
Erforderliches haftendes Eigenkapital bei Solvabilitätskoeffizient 10 Prozent	266,6	250,9	235,8	219,5	209,4	209,9	232,7
	in Prozent						
Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit* im Verhältnis zum durchschnittlichen zinspflichtigen Volumen	0,4	0,6	1,1	1,0	0,9	0,8	0,7
Erforderliches Eigenkapital im Verhältnis zum durchschnittlichen zinspflichtigen Volumen	5,3	5,0	4,6	4,2	4,0	4,1	4,7
Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit* im Verhältnis zum erforderlichen Eigenkapital	6,9	12,1	23,0	22,9	21,3	20,2	14,9

* bereinigt um Abschreibungen und Zuschreibungen für Wertpapiere und Kreditgeschäft, vermindert um durchschnittliche Kreditkosten des Kreditgeschäfts; bereinigt um Effekte Sonderfinanzierungen Badenia
Quelle: Deutsche Bausparkasse Badenia

und dass spätere Wechsel von einem in den anderen Durchführungsweg nicht planlos passieren, sondern entsprechend den Veränderungen in der Bedürfnislage der einzelnen Kunden. Das ist vernünftig. Es entspricht auch der langfristigen Interessenlage von Kunden und Vertrieben und hilft somit bei der Kundenbindung.

Wichtig für die effektive Arbeit des Vermittlers ist die schnelle (das heißt nicht aufwendige) Bereitstellung erforderlicher (also nicht irrelevanter, überholter und/oder missverständlicher) Informationen aus lediglich einer einzigen Quelle. Die Vor- und Nachbereitung eines Kundentermins gelingt umso schneller und besser, je einheitlicher vorstrukturiert, vollständig verfügbar und einheitlich technisch erfassbar die relevanten Informationen sind. Der Zeitaufwand für die Dateneingabe reduziert sich, wenn bereits

vorhandene Daten übernommen werden können und nicht erneut eingegeben werden müssen. Beachtliche Zeit des Außendienstmitarbeiters kann hier je nach Informationsangebot „versenkt“ oder eingespart werden.

Zentrale Voraussetzung für die mit der Integration verbundenen Produktivitätsfortschritte ist natürlich eine Abstimmung zwischen Produktgeber und Vertrieben, die so intensiv und verbindlich in aller Regel nur in einem Gruppenverbund möglich ist. Dazu zählen zum Beispiel einheitliche Reportformate, einheitliche Nomenklaturen, einheitliche Suchbäume. Leicht erkennt man, wie entscheidend die Realisierung solcher Anforderungen ist, aber auch, wie schwierig diese zu realisieren sind. Die Tatsache, dass der Badenia mit der Deutschen Vermögensberatung eine sehr gut funktionierende Abstimmung



Jetzt ist es amtlich!

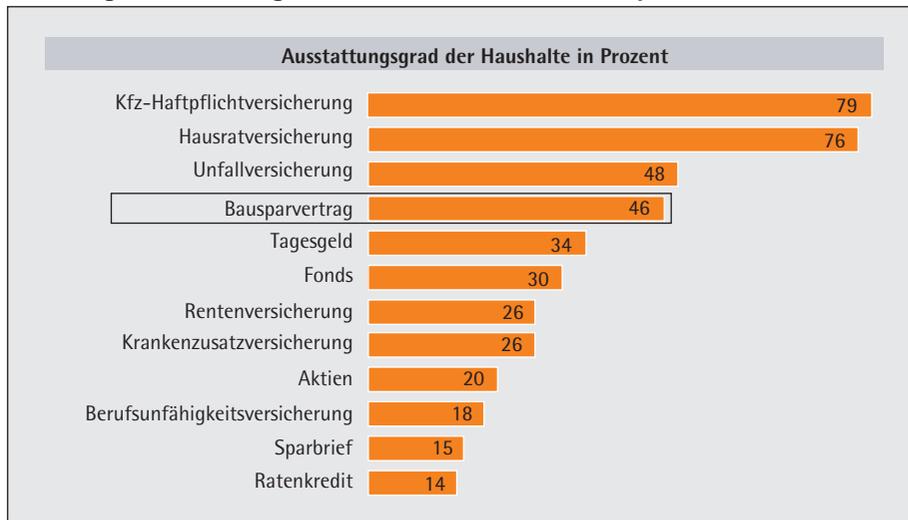


Mit LBS-Riester-Bausparen ins eigene Zuhause.

www.lbs-ht.de

Wir geben Ihrer Zukunft ein Zuhause.

LBS Hessen-Thüringen, ein Unternehmen der Finanzgruppe

Abbildung 2: Ausstattung deutscher Haushalte mit Finanzprodukten

Quelle: GfK Finanzmarktpanel 2007

mung hinsichtlich der Anforderungen an die vertriebliche IT-Integration gelingt, ist hier besonders zu erwähnen. Dies spricht nicht gegen das vorgetragene Argument, sondern dafür: Die Deutsche Vermögensberatung arbeitet exklusiv mit der Badenia im Bausparen zusammen und für Badenia ist die Deutsche Vermögensberatung der mit Abstand größte und wichtigste Vertriebsweg. Und gerade die Deutsche Vermö-

gensberatung hat in ihrer vertrieblichen IT-Unterstützung die umfassende Beratung des Kunden aus einem einheitlichen und integrierten System als wesentliche Erfolgsvoraussetzung postuliert.

Ein weiterer wichtiger Beitrag zur Steigerung der Vermittlungsqualität ist die Schulung der Vermittler „aus einem Guss“. Der Vermittler heute braucht – neben allgemeinen vertrieblichen Kom-

petenzen – vor allem Fachwissen über die gesamte Palette der Finanzdienstleistungsprodukte. Das bedeutet: Aller Schulungsarbeit muss ein einheitlicher, umfassender Ordnungsrahmen zugrunde liegen. Die eigentliche Schulung mag dann zwar vom Spezialisten der Produktgeber-Gesellschaft durchgeführt werden, aber entscheidend ist die Integration dieser Wissensinhalte zeitlich und sachlich in das Gesamtprogramm. Naturgemäß ist eine solche Abstimmung innerhalb einer Gruppe, konkret den Produktgeber-Gesellschaften und Vertrieben der Generali Deutschland Gruppe, viel eher machbar als im Kontakt mit Dritten. Soweit gehen Vermittler- und Kundeninteressen konform.

Gute Rendite für Aktionäre

Last but not least sei aber auch ein Argument für eine Bausparkasse im Konzern erwähnt, das allein die vertrieblichen Interessen betrifft. Für den Vermittler ist es finanziell uneingeschränkt interessant und relevant, Provisionseinnahmen aus dem Bausparvertrag zu erzielen. Außerdem hat er ein großes Interesse daran, durch „seinen“ Bausparvertrag Fremdanbieter von seinem Kunden fernhalten zu können. Und schließlich schätzen viele Vermittler auch die Langfristigkeit der Vertragsbeziehung bei Bausparkunden. Diese bietet zudem zahlreiche Gelegenheiten zur Anknüpfung von Kundengesprächen, wie zum Beispiel die Entwicklung der Bewertungszahlen, die staatliche Förderung, die Vermittlung von Voraus- und Zwischenfinanzierungen sowie dem Bauspardarlehen.

Zusammengefasst: Richtig gemacht, ist Bausparen weiterhin ein Geschäftsfeld, in dem für den Aktionär eine vernünftige Rendite erzielt werden kann. Aus der Perspektive einer verantwortlichen und kundenorientierten Vertriebspolitik sprechen viele Gründe dafür, das Bausparangebot wegen seiner hohen Haushalts-Durchdringung und langfristigen Kundenbindung in die Vertriebssteuerung gut zu integrieren. Das gelingt dann am besten, wenn die Bausparkasse Teil dieser Finanz-Gruppe ist. Schließlich liegt es auch im unmittelbaren Interesse des Vermittlers, dass er über ein Bausparangebot verfügt, mit dem er seinen Kunden gegen die Konkurrenz besser abschirmen und zusätzlich noch Provisionseinnahmen schöpfen kann. Und schließlich profitiert auch der Kunde von einer integrierten Beratung, bei der die vermittelten Produkte optimal aufeinander abgestimmt sind.

Aktuelles Urteil

Abschlussgebühr bei Bausparverträgen

Die Abschlussgebühr bei Bausparverträgen ist rechtmäßig. So entschied es das Landgericht Heilbronn in einem jetzt ergangenen Grundsatzurteil unter dem Aktenzeichen 6 O 341/08 Bm. Die Richter wiesen damit eine Klage der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen gegen eine entsprechende Regelung in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG ab. Die Abschlussgebühr sei Teil des Gesamtpreises, den der Bausparer für die Leistungen eines Bausparvertrages erbringen müsse, so das Gericht.

Das Landgericht widersprach damit der Argumentation, die Hartmut Strube in dieser Ausgabe auf Seite 224 aus Sicht des Verbraucherschutzes darlegt, und bestätigte die Auffassung der Bausparkassen. Demnach stehe der Abschlussgebühr eine Gegenleistung der Bausparkasse gegenüber: Mit dem Ab-

schluss des Bausparvertrages erwerbe der Bausparer zugleich die Option, ein Darlehen zu bereits jetzt festgelegten Konditionen in Anspruch nehmen zu können. Dies wiederum hänge wesentlich von der Sparleistung aller Bausparer ab und setze deshalb den kontinuierlichen Neuabschluss von Bausparverträgen voraus. Damit liege die Abschlussgebühr im Interesse jedes neuen Bausparers. Das Gericht hob außerdem die Transparenz der Abschlussgebühren-Regelung ausdrücklich hervor.

Das Urteil ist ein erster Etappensieg für die Bausparkassen, doch sind noch zwei weitere Klagen der Verbraucherzentrale gegen die LBS West und die Deutscher Ring Bausparkasse anhängig. Zudem hat die Verbraucherzentrale bereits angekündigt, den Rechtsstreit bis in die letzte Instanz auszufeuchten.