

## Sparkassen und Immobilien

# „Wir sehen uns als Vertriebskomplementär“

Redaktionsgespräch mit Christian Badde

**Bausparen ist heute ein Kernprodukt der Sparkassen. Das war in der Vergangenheit nicht immer so, doch mittlerweile gehören die private Baufinanzierung und speziell der LBS-Bausparvertrag zum festen Bestandteil des S-Finanzkonzepts. Vor allem im Jugendmarkt sieht der Chef der LBS West noch große Potenziale, mit speziellen Produkten Kunden früh und nachhaltig zu binden. Von Wohn-Riester verspricht er sich zusätzliche Impulse sowohl für das Bausparen als auch für die Eigenheimfinanzierungen der Sparkassen. (Red.)**

**I&F** **Wie viele Freiheiten dürfen Sie als Tochtergesellschaft der Sparkassen genießen?**

Seit dem Jahre 2002 gehört die LBS West über die beiden Sparkassenverbände im Rheinland sowie Westfalen-Lippe alleine den nordrhein-westfälischen Sparkassen. Lassen Sie mich das Bild von der Sparkassen-Familie bemühen: Wir spüren in den letzten Jahren ein sehr nachhaltiges Vertrauen, wie man es nur einer Tochter zuteil werden lässt. Zugleich erleben wir eine deutliche Unterstützung unserer unternehmerischen Strategien und Entscheidungen, die im Tagesgeschäft mit gestiegenen Abschlusszahlen belegbar ist und die die Stärkung der Sparkassen-Finanzgruppe zum Ziel hat.

**I&F** **Welche Rolle fällt der LBS West selbst zu?**

Bekanntlich ist Bausparen im Sparkassenverbund seit 1929 den Landesbausparkassen zugeordnet. Obwohl das Bausparen von einigen in den siebziger Jahren schon fast totgesagt worden war, hat sich daraus ein wichtiges Ankerprodukt für die Finanzinstitute entwickelt. Für den Kunden liefert es den Grundstein für solide, verlässliche und auf Eigenkapital basierte Wohneigentumsfinanzierungen. Für den Anbieter schafft es den Anknüpfungspunkt für eine Jahrzehnte andauernde Kundenbeziehung.

Die Gründung einiger privater Bausparkassen Ende der achtziger Jahre war die Konsequenz aus der Dynamik und der gestiegenen Bedeutung des Bausparens. Damit wuchs auch der Stellenwert des LBS-Bausparprodukts innerhalb der privaten

Baufinanzierung bei den Sparkassen. Die Landesbausparkassen mit ihrer starken eigenen Marke – unverwechselbar integriert in den Verbund als „Bausparkasse der Sparkassen“ – versuchen Menschen vom Wohneigentum zu begeistern. Wir zeigen auf, wie gerade auch Bezieher mittlerer Einkommen ihren Traum vom Wohneigentum realisieren können. Das Bausparen ist ein erster Schritt. Und auf dem Weg bis zum entschuldeten Wohneigentum als Altersvorsorge kann der Kunde vor Ort auf seinen LBS-Berater genauso zählen wie auf seinen vertrauten Sparkassen-Mitarbeiter um die Ecke.

Unser Auftrag ist also ein sehr lebensnaher: Fremd- oder Sparkassenkunden für den ersten Schritt Richtung Wohnei-

gentum zu gewinnen, mit Bausparen zu versorgen und ihn von der ganzheitlichen Immobilienberatung durch den Sparkassenverbund zu überzeugen.

**I&F** **Wie ist dieser Auftrag bislang erfüllt worden?**

Seit Mitte der achtziger Jahre hat sich das Niveau des Brutto-Neugeschäfts der LBS West verdreifacht. In diesem Jahr werden wir wohl wieder mehr als neun Milliarden Euro Bausparsumme schreiben. Dabei hat sich das Vermittlungsvolumen unseres Handelsvertreter-Außendienstes etwa verdoppelt, das der Sparkassen jedoch fast versiebenfacht. In diesem Jahr entfallen etwa 52 Prozent unserer Neuabschlüsse auf die Sparkassen.

**I&F** **Wie erklären Sie den Sparkassen die strategische Bedeutung des Bausparens?**

Ein Bausparvertrag ist, wie schon erwähnt, ein lange Jahre laufendes, den Kunden durch verschiedene Lebensphasen begleitendes Produkt. In dieser Zeit gibt es für den Berater immer wieder Anknüpfungspunkte für ein Beratungsgespräch. Sei es, weil die Schul- oder Berufsausbildung abgeschlossen, eine Familie gegründet oder Nachwuchs geboren wurde. Hier besteht jeweils ein Bedarf für die Nachjustierung seiner Finanzprodukte.

Studien belegen zudem, dass Sparkassenkunden, wenn sie eine private Baufi-



„Das Bausparen verfügt über eine hohe emotionale Komponente.“

**Dr. Christian Badde,**  
Vorsitzender des Vorstands,  
LBS Westdeutsche Landesbau-  
sparkasse, Münster

nanzierung abschließen wollen, aber keinen Bausparvertrag haben, in 52 Prozent der Fälle die Sparkasse als Finanzierungspartner wählen. Haben die Kunden einen LBS-Bausparvertrag, bleiben sogar 75 Prozent mit der Eigenheimfinanzierung in der Sparkassenorganisation. Wurde der Bausparvertrag jedoch bei einer privaten Bausparkasse abgeschlossen, wählen nur 29 Prozent ihre Sparkasse als Baufinanzierungspartner. Der LBS-

heit immer wieder gezeigt. Sei es der § 7b in den siebziger Jahren oder der § 10e von 1987 und schließlich die Eigenheimzulage 1996 (abgeschafft per 31. Dezember 2005) beziehungsweise die Abschaffung der Sonder-AfA. Diese politischen Entscheidungen hinterließen tiefe Spuren auf dem Wohnungsmarkt. Der derzeitige historische Tiefststand bei den Wohnungsbau-Fertigstellungen ist Beleg dafür. Es ist nicht zu leugnen, dass

zierung einsetzen können. Der Gesamterfolg von Wohn-Riester wird allerdings erst in drei bis fünf Jahren messbar sein.

### I&F Werden schon Wohn-Riester-Kredite abgerufen?

Zunächst muss man sich kurz vor Augen führen, welche Möglichkeiten die Kunden hatten beziehungsweise aktuell haben, um bei einer Wohneigentumsfinanzierung die neue Förderung auch zu nutzen:

Grundsätzlich muss der Erwerb der selbstgenutzten Immobilie nach dem 31. Dezember 2007 liegen. Sodann kann eine Förderung von Tilgungsleistungen nur erfolgen, wenn diese auf ein zertifiziertes Bauspar- oder Hypothekendarlehen fließen. Gerade deshalb haben wir auch Wert auf eine Lösung gelegt, bei der LBS-Kunden mit bestehenden Bausparverträgen für die Darlehensphase in ein Angebot mit zertifiziertem Bauspardarlehen wechseln können.

Die Bausparkassen waren fast die ersten, die solche Produkte anbieten konnten. Vor diesem Hintergrund war die Nachfrage im Frühjahr 2009 zunächst noch verhalten, zumal ja auch erst der Bekanntheitsgrad gering war. Seit etwa April dieses Jahres wächst die Nachfrage aber stetig. Wir haben aktuell knapp 3 600 Finanzierungen mit Wohn-Riester. Die gesamte neue Wohn-Riester-Förderung ist nachhaltig: Von Beginn an

## „Der LBS-Bausparvertrag lenkt das Baufinanzierungsgeschäft in die Bilanz der Sparkassen.“

Bausparvertrag lenkt demnach das Baufinanzierungsgeschäft in die Bilanz der Sparkassen. Das haben die Institute erkannt und deshalb das Bausparen zum Kerngeschäft erklärt.

Die strategische Wirkung des Bausparens dürfte bei den Wohn-Riester-Bausparverträgen noch größer sein. Sparkassenkunden mit einem LBS-Riester-Vertrag werden tendenziell in noch stärkerem Maße ihre Baufinanzierung mit der Sparkasse abschließen, als dies LBS-Bausparer ohne Wohn-Riester tun. Umgekehrt werden es die Sparkassen bei ihren Kunden schwerer haben, die bereits von einem Wettbewerber in Sachen Wohn-Riester betreut werden.

Dass mit dem Abschluss von Riesterverträgen die Wechselbereitschaft der Kunden drastisch sinkt, haben die Sparkassen auch bei anderen Anlageprodukten schon erfahren. Deshalb sind die Landesbausparkassen das Thema der staatlich geförderten Eigenheimrente so früh angegangen und haben es bereits seit Mitte 2008 in den Mittelpunkt ihres Marketings gerückt. Wohn-Riester bietet der Sparkassen-Finanzgruppe die Chance, ihre Position im Altersvorsorge-Markt nachhaltig auszubauen. Signifikante Erfolge sind bereits sichtbar. So hat die LBS West per 30. September 2009 fast 41 000 Wohn-Riester-Verträge neu abgeschlossen. In Nordrhein-Westfalen entfallen zwei von drei Wohn-Riester-Abschlüssen auf die LBS.

### I&F Wie stark hängt der Bausparabsatz von politischen Impulsen ab?

Der Wohnungsbau generell – nicht nur das Bausparen – ist anfällig für politische Entscheidungen. Das hat die Vergangen-

auch das Bausparen von der dadurch jeweils ausgelösten Verunsicherung etwas zu spüren bekam. Zumeist schlugen sich diese Veränderungen als „Bugwellen“ im Jahresschlussgeschäft nieder, wie zuletzt Ende 2008, als die Förderbedingungen für die Wohnungsbauprämie (WoP) verändert wurden.

Letztlich ist es dann jeweils wieder an uns, die Kunden aufzuklären, dass eine Wohnungsbauprämie nicht abgeschafft, sondern lediglich überarbeitet wurde. Und ganz aktuell ist Aufklärungsarbeit zu leisten, von welchem hohem Nutzen das Eigenheim-Rentengesetz, sprich der neue Wohn-Riester, für die private Wohnei-

## „Für die Sparkassen ist es wichtig, schon im Jugendmarkt erste Sympathien zu gewinnen.“

gentumsbildung als Altersvorsorge ist. Eine hohe Förderung und keine Einkommensgrenzen – diese Botschaft muss erst einmal transportiert werden.

Der 2008 eingeführte Wohn-Riester wird keinen Bauboom bei Ein- und Zweifamilienhäusern auslösen. Aber wir erwarten doch eine kontinuierliche Aufwärtsentwicklung. Diese wird insgesamt zuverlässiger und nachhaltiger sein, als bei den vorherigen steuerlichen Anreizmodellen.

Einen zusätzlichen Impuls wird der Eigenheimerwerb ab dem 1. Januar 2010 erhalten, wenn die derzeitigen Riester-Geldrentensparer ihr Kapital vollständig entnehmen und für die Eigenheimfinan-

konnte die Tilgungsförderung genutzt werden. Die geschilderte Entnahme ab dem 1. Januar 2010 stellt einen weiteren Impuls dar. Zugeteilte, riester-geförderte Bausparverträge kommen dann nach der notwendigen Ansparzeit in die Zuteilung. Damit reden wir nicht über ein Strohfeuer, sondern über eine neue, sich kontinuierlich entwickelnde neue Komponente bei der Wohneigentumsfinanzierung. Damit sind wir sehr zufrieden, denn eine kurze heftige Sonderkonjunktur nützt nie etwas – nach einer Bugwelle folgt stets auch ein Wellental.

### I&F Die Berater in den Sparkassen müssen eine Vielzahl sehr unterschiedlicher Produkte kennen und ver-

kaufen. Wie einfach muss Bausparen sein?

Grundsätzlich muss im Mittelpunkt ein Produkt stehen, das einen Kundenwunsch erfüllen oder ein Problem lösen kann. Und um dieses erklären und nachvollziehen zu können, verlangen nicht nur die Berater in den Sparkassen einfache, leicht verständliche Produkte, sondern auch die Kunden. In der Interaktion im Beratungsgespräch braucht der Verkäufer außerdem eine technische Unterstützung, die in ihrer Logik dem Beratungsgespräch folgt und es quasi bis zum Abschluss mitdokumentiert.

„Wir registrieren einen Trend zu nachhaltigen Werten. Hier passt Bausparen sehr gut.“

Für uns bedeutet dies, der Verkauf muss leicht in die Sparkassen-Prozesse integrierbar sein.

Ein ganz aktuelles Beispiel: Wir haben für Kunden unter 21 Jahren einen neuen Tarif herausgebracht, den wir Classic Young nennen. Dieses Produkt ist sehr stark standardisiert: Die Bausparsumme beträgt 10 000 Euro, die monatliche Sparrate 40 Euro. Verzinst wird das Guthaben mit 1,5 Prozent. Zudem gewähren wir noch einen Bonus von zehn Prozent auf die jährliche Spareinzahlung von maximal 480 Euro.

Dieses Produkt ist außerordentlich erfolgreich im Vertrieb. Insgesamt haben die Sparkassen zwischen Ende August und Ende Oktober 2009 knapp 7 200 Verträge verkauft. Unser eigener Außendienst vermittelte noch mal gut 9 100 Verträge, sodass insgesamt 16 300 Abschlüsse erzielt wurden. Und täglich kommen über 400 neue Verträge hinzu.

**I&F** In der Regel wissen die unter 21-Jährigen aber noch nicht, wofür sie einmal sparen wollen. An die eigenen vier Wände dürften dabei die wenigsten denken. Oder?

Unterschätzen wir die jungen Leute nicht! Mit der jährlichen Renteninformation mögen sie sich sicher schwer tun, aber den Traum vom Umzug in die ersten „eigenen vier Wände“ bekommen wir bei unseren Befragungen sehr oft geschildert. In der Zielgruppe der Jugendlichen sehen wir also durchaus Potenziale für das Bausparen.

**I&F** Warum setzen Sie auf ein Jugend-Produkt beim Verkauf über die Sparkassen?

Die Sparkassen können diese Zielgruppe mit der Wohnungsbauprämie und – wenn sie Berufsstarter sind – der Riesen-Förderung oder der Anlage von vermögenswirksamen Leistungen sehr gut ansprechen und früh eine langfristige Kundenbeziehung aufbauen. Derzeit sind über 80 Prozent aller Bausparabschlüsse bei den Sparkassen Erstverträge. Richtig ist, dass junge Erwachsene häufig auch andere Konsumwünsche haben. Aber später steht der Kauf oder

Bau einer eigenen Wohnung für die meisten Deutschen dann doch auf dem Wunschzettel. Und deshalb ist der Classic Young ein Einstieg in einen langfristigen Sparprozess, bei dem wir bewusst für eine spätere, deutlich finanzierungsorientiertere Sparphase auch eine Überleitungsregelung in Folgetarife der Classic-Familie vorgesehen haben.

**I&F** Die Bauspar-Anreize für Jugendliche sind beachtlich, trotzdem geben Sie zusätzlich einen Bonus. Lässt sich die Zielgruppe heute schwerer für langfristiges Sparen begeistern? Was macht Sie so sicher, dass der Absatzerfolg nachhaltig ist, denn immerhin sind die Kündigungsquoten bei Jugendlichen überdurchschnittlich hoch?

Wir möchten mit dem Produkt nicht nur die Jugendlichen selbst ansprechen, sondern auch die Eltern und Verwandten. Diese überlegen vielleicht, was sie den jungen Menschen schenken können. Dabei registrieren wir einen Trend zu nachhaltigen Werten. Hier passt Bausparen sehr gut, solange es einfach und verständlich ist und den jungen Menschen eine besondere Chance für die Zukunft bietet. Beim Classic Young ist es das Angebot, nach der Zuteilung des ersten Bausparvertrages besonders günstige Anschlussoptionen für einen Folgevertrag zu bekommen.

**I&F** Wie steuern Sie die Qualität der Bausparverträge, die über die Sparkassen kommen? Wie stellen Sie sicher, dass Sparkassen und deren Mitarbeiter nicht nur abschlussorientiert Bau-

sparverträge verkaufen, was für die LBS nicht nachhaltig ist?

Die Sparkassen verkaufen durchweg allein bedarfsorientiert, das heißt ausgehend vom späteren Verwendungsziel des Kunden. Mit dem sogenannten S-Finanzkonzept analysieren sie sehr systematisch den Kundenbedarf und richten danach auch die anzubietenden Produkte aus.

Wenn Sie in unseren Geschäftsbericht schauen, dann finden Sie dort seit Jahren je nach Tarif eine durchschnittliche Bausparsumme von zwischen 25 000 und 30 000 Euro. Dieser Wert spiegelt angemessene, niedrigere Bausparsummen für Spareinsteiger und höhere Summen für fortgeschrittene Sparer mit Finanzierungsmotiv. Diese Struktur gibt einen deutlichen Hinweis auf die Nachhaltigkeit unseres Neugeschäfts.

Im Prinzip kann aber auch der Kunde bei Bausparsummen von 10 000 bis 15 000 Euro nichts falsch machen. Diese Verträge zielen auf den maximalen Fördereffekt ab und liefern mit den Prämien für den Kunden eine Rendite, die mit anderen Kapitalanlagen mithalten kann. Die Angemessenheit der Bausparsumme zum Lebensalter und der beruflichen Situation des Bausparers reicht in der Regel als Steuerungskontrolle.

**I&F** Finanzinstitute beraten jedoch – wenn Zinsumfeld, Kundenstimung, Provisions- und Bonusstruktur entsprechend sind – ihre Kunden auch gerne von einer Sparform in eine andere. Wie verhindern Sie, dass der Bausparvertrag dann „unter die Räder“ kommt?

Dieses Problem sehe ich nicht. Die Kundenberater im Sparkassenverbund verfolgen einen ganzheitlichen Beratungsansatz, der das Bausparen einschließt. Zudem bauen wir, wie schon dargestellt, auf eine langjährige, vertrauensvolle Kundenbeziehung. Das Bausparen verfügt über eine hohe emotionale Komponente: Den Konsumverzicht zu Gunsten des Traums vom Wohneigentum halten unsere Bausparer wirklich durch. Diese Konsequenz geht auch einher mit einer hohen Institutsbindung.

Das ist eine Erfahrung, die alle Bausparkassen machen. Wir können einen Sparkassenkunden, der seinen Bausparvertrag bei einem Wettbewerber hat, nicht von dort weg und zur LBS hin beraten. Vielleicht schließt er einen zweiten oder einen Folgevertrag bei der LBS ab, vorzeitig kündigen wird er den alten Vertrag aber in der Regel nicht. Deshalb ist

es für die Sparkassen so wichtig, schon im Jugendmarkt mit einem LBS-Bausparvertrag erste Sympathien zu gewinnen und eine positive Kundenbindung zu erarbeiten.

#### I&F Wie können Sie die Sparkassen im Vertrieb unterstützen?

Über unsere Info-Kanäle teilen wir den Sparkassen mit, welche Schwerpunkte wir im Laufe des nächsten Jahres planen und welche Kampagnen wir ihnen dazu anbieten können. Daran können sich die Institute orientieren, um ihre und unsere Aktivitäten aufeinander abzustimmen. Letztlich entscheidet das jede Sparkasse vor Ort für sich. Umgekehrt kann aber auch jede Sparkasse in Nordrhein-Westfalen auf uns zukommen und um Unterstützung bei bausparrelevanten Themen bitten.

Wenn eine Sparkasse Kunden auf das Bausparen ansprechen möchte, stellt sie die Adressen bereit, wir liefern ihr das Informations- und Marketingmaterial und zahlen das Porto. Der Sparkassen Verlag versendet die Briefe und die Sparkasse übernimmt die Bausparberatung. Im Frühjahr dieses Jahres hat das beispielsweise bei der Kundenansprache zu Wohn-Riester hervorragend geklappt.

Wie in diesem Beispiel steuern die Sparkassen ihren Marktauftritt und legen fest, wann und wie sie sich bezüglich eines Produktes aufstellen wollen und mit welcher konkreten Kampagne. Parallel dazu liefern wir unsere LBS-Produkte und EDV-Unterstützung im „Look and Feel“ der Medienwelt der Sparkassen. Kein Berater wechselt zum Beispiel gerne von einem EDV-System ins nächste, um ein Produkt zu beraten. Deshalb sind die Anwendungen der LBS West in dem vereinheitlichten System der Sparkassen – OS Plus genannt – integriert. Genau solche schlanken, integrierten Abwicklungsprozesse erwarten die Sparkassen. Noch ein Beispiel: Im Rahmen der „Finanzierung aus einer Hand“ kann die Sparkasse die gesamte Baufinanzierung einschließlich des LBS-Bauspardarlehens bewilligen und bleibt damit einziger Ansprechpartner für ihren Kunden.

#### I&F Welche Rolle spielt der eigene Außendienst auch im Hinblick auf die Sparkassen?

Unsere Handelsvertreter schreiben in einem Markt, der vor allem in der letzten Zeit deutlich wettbewerbsintensiver geworden ist, seit Jahren kontinuierlich

rund die Hälfte unseres Neugeschäfts. Diese Marktbearbeitung haben unsere Eigentümer, die rheinischen und westfälisch-lippischen Sparkassen, mit ihrer Beteiligungsübernahme bekräftigt. Der LBS-Außendienst soll die Sparkassen als strategischer Partner begleiten und – wo gewünscht – bei den Abschlüssen unterstützen. Dazu zählt die Zusammenarbeit im Tagesgeschäft genauso wie spezielle Produkt- oder Verkaufsschulungen vor Ort.

Daneben bearbeitet der LBS-Handelsvertreter-Außendienst systematisch seine eigenen, verbundfremden Kundenpotenziale. Neben den Abschlüssen beim klassischen Bausparvertrag hat der LBS-Außendienst den Sparkassen im letzten Jahr zum Beispiel Immobilienfinanzierungen in Höhe von knapp 640 Millionen Euro zugeführt. In diesem Jahr wird es sogar noch etwas mehr sein.

#### I&F Arbeitet jede der etwa 100 Sparkassen in Nordrhein-Westfalen so mit dem LBS-Außendienst zusammen?

Welche Verantwortung der LBS-Außendienst hat, ist von Institut zu Institut unterschiedlich. Die meisten nordrhein-westfälischen Sparkassen verkaufen Bausparen in ihrem Kundenbestand ohne Einbindung des LBS-Außendienstes, weil sie ihre Kunden auch weiterhin exklusiv betreuen möchten. Sie wünschen sich aber eine intensive Unterstützung durch die LBS zum Beispiel bei der Technik, der Mitarbeiterschulung und im Marketing. Andere Institute akquirieren die Kunden, schließen also die Verträge am Bank-

nisses über eine kooperative Marktbearbeitung. Das betrifft sowohl die Handelsvertreter-Dichte als auch die Präsenz vor Ort.

#### I&F Welchen Vorteil hat die Sparkasse vor Ort, dass die LBS auch das Maklergeschäft betreibt?

Wir müssen gegenüber den Wettbewerbern, vor allem den preisaggressiven Direktbanken, die Alleinstellungsmerkmale der Sparkassen herausstellen. Das Immobilien-Schaufenster um die Ecke, ergänzt im Internet, ist eine Möglichkeit, den Kunden auf die eigenen Leistungen aufmerksam zu machen. Wenn dort Immobilien aus der Region und deren Finanzierungsmöglichkeit ausgestellt werden, ist das für den Kunden anschaulich. Hinzu kommt die individuelle Beratung. Dann ist der kleine Unterschied im Preis vielleicht nicht mehr das entscheidende Kriterium dafür, mit wem der Kunde letztlich seine eigenen vier Wände finanziert. Das Maklergeschäft rundet das Sparkassenangebot ab.

Unsere Makler von der LBS-I verzeichnen nach einem zurückhaltenden ersten Halbjahr 2009 in der zweiten Jahreshälfte zweistellige Wachstumsraten. Die Zahl der vermittelten Objekte wird von gut 7 400 im Jahr 2008 auf schätzungsweise 8 000 im laufenden Jahr steigen. Das ist ein Plus von acht Prozent. Bezogen auf das Objektvolumen wird der Anstieg mit rund 1,25 Milliarden Euro gegenüber 1,2 Milliarden Euro etwas geringer ausfallen. Den Schwerpunkt der Transaktionen bilden Gebrauchtimmo-

„Der LBS-Außendienst soll die Sparkassen als strategischer Partner begleiten.“

schalter ab, wollen den Bausparer dann aber durch den LBS-Außendienst betreut wissen. Wir richten uns nach den Wünschen der jeweiligen Sparkasse. Wir sehen uns mit unserem Außendienst als Vertriebskomplementär und schaffen so den Sparkassen in der Region Entscheidungsoptionen.

#### I&F Wie weit steuern die Sparkassen den LBS-Außendienst mit?

Gar nicht. Unseren Außendienst steuern wir eigenständig, aber natürlich auf der Grundlage eines gemeinsamen Verständ-

lies, auch weil der Neubau kaum noch stattfindet. Übrigens laufen 80 Prozent der Objektvermittlungen über die Sparkassen und 20 Prozent über unseren eigenen Außendienst.

Inzwischen sehen wir auch die Kapitalanleger wieder am Wohnungsmarkt, denn sie suchen sichere Anlagen. Folglich werden auch die Courtage-Einnahmen mit 60 Millionen Euro über dem Vorjahr liegen. Insgesamt hält die LBS-I GmbH ihren Marktanteil von 15 Prozent unter den Wohnungsmaklern in Nordrhein-Westfalen stabil. ■