

## Im Blickfeld

### Viel Aufklärungsbedarf bei Wohn-Riester

Der ganz große Riester-Boom der Jahre 2006 und 2007 mit mehr als 2,5 Millionen Neuverträgen pro Jahr ist sicherlich vorbei. Dennoch sieht die Union Asset Management Holding AG, Frankfurt am Main, in ihrem Ende Oktober veröffentlichten Vorsorgeatlas Deutschland noch ein Potenzial von rund fünf Millionen Neueinsteigern bis 2014.

Damit auch „Wohn-Riester“ von diesem Potenzial profitieren kann, ist freilich noch einiges an Aufklärungsarbeit erforderlich, wie eine Forsa-Umfrage im Auftrag der Allianz zeigt. Von der Mehrheit der 1001 befragten Immobilienbesitzer und -planer wird die Riester-Förderung von selbst genutztem Wohneigentum als wichtige staatliche Förderung gesehen. Mehr als die Hälfte der Immobilienplaner würde zur Finanzierung die Wohn-Riester-Förderung nutzen. Rund jeder Dritte wähnt sich jedoch noch ungenügend informiert. Das hält vor allem Immobilienplaner zwischen 25 und 45 Jahren davon ab, die Förderung zu beantragen. Inwiefern die Besonderheiten von Wohn-Riester – also die Bindung an die Selbstnutzung der Immobilie mit den daraus resultierenden Risiken im Fall von Scheidung, Umzug oder Arbeitslosigkeit – die Interessenten abschrecken, wurde für die Studie nicht abgefragt. Allerdings finden 80 Prozent der Studienteilnehmer, dass bei der Finanzierung einer Immobilie heute viel mehr Punkte zu klären seien als früher.

Aufklärung tut aber nicht nur im Neugeschäft not. Vielmehr sollten die Vertriebe auch ihre Bestandskunden stärker unter die Lupe nehmen. Denn nach wie vor spielt die staatliche Förderung zwar als Vertriebsargument eine wichtige Rolle. In der Praxis werden die Zulagen aber noch viel zu wenig abgerufen. Insgesamt wurden für „Riester“ zwar rund 9,5 Milliarden Euro an staatlicher Förderung bereits ausgezahlt. 25 bis 30 Prozent der Vertragsinhaber erhalten gar keine Zulagen, bei 40 Prozent wird die staatliche Förderung gekürzt.

Für die Vertriebe geht es also neben der Information im Neugeschäft zum einen darum, Bestandskunden verstärkt auf fehlende Zulagenanträge anzusprechen. Denn die hohe Differenz zwischen der Anzahl von Verträgen und den tatsächlich geförderten Personen lässt sich nur

in geringem Maße mit Mehrfachverträgen, fehlender Förderberechtigung oder ruhenden Verträgen erklären, sondern primär durch fehlende Beantragung. Zudem gilt es, die Einkommensentwicklung im Auge zu behalten. Denn durch Einkommenszuwächse, mit denen die Beiträge nicht Schritt halten, kann es zu einer Kürzung der staatlichen Zulagen kommen, ohne dass diese dem Kunden bewusst geschweige denn von ihm beabsichtigt ist. sb

### Bausparkassen: große Service-Unterschiede

Obwohl der Variantenreichtum der Bauspartarife ständig zunimmt, unterscheiden sich die Konditionen doch nur marginal voneinander. Ein bisschen weniger Mindestansparung hier, ein Bonus für Darlehensverzichter dort sind die übliche Bandbreite der Produktgestaltung. Bei der Guthaben- und der Darlehensverzinsung sind die Spielräume ohnehin äußerst limitiert. Da steht auf der einen Seite das Null-Zins-Verbot der BaFin für die Spargelder und auf der anderen Seite das historisch niedrige Zinsniveau für Baugeld. Womit lässt sich also im Vertrieb und beim Kunden noch punkten?

Um sich trotz der großen Homogenität des Produktes Bausparen von der Konkurrenz abzuheben, empfiehlt sich die Investition in den Service. Eigentlich, so sollte man meinen, ist die Dienstleistung am Kunden, wie zum Beispiel die schnelle Erreichbarkeit, die fachliche Qualifikation der Kundenbetreuer und deren Be-

reitschaft zur Problemlösung, eine Selbstverständlichkeit. Doch offensichtlich gibt es in diesem Punkt graduelle Unterschiede. So befragte das Analyse- und Beratungsunternehmen Service Value GmbH aus Köln mehr als 2 500 Bausparer von 24 Bausparkassen, wie zufrieden sie mit der Servicequalität ihrer Bausparkasse sind. Die untersuchten Service- und Leistungsmerkmale beziehen sich sowohl auf Zusatzangebote wie auch auf Sparphase, Zuteilung und Darlehensphase.

Spitzenreiter ist demnach die Allianz Dresdner Bauspar AG. Der Untersuchung zufolge weist die Bausparkasse nicht nur die höchste Kundenbindung auf, sondern steht auch im Service-Ranking auf dem ersten Platz. Mit einem Servicewert von 79 Punkten, auf einer Skala bis 100 Punkte, hebt sich das Institut aus Bad Vilbel sogar deutlich gegenüber den Wettbewerbern ab. Erst mit neun Punkten Abstand folgt die zur AMB Generali Gruppe gehörende Deutsche Bausparkasse Badenia AG. Damit scheint es der Bausparkasse aus Karlsruhe erfolgreich gelungen zu sein, durch Servicequalität in der Kundenwahrnehmung ihr in der Vergangenheit durch die Finanzierung von Schrottimmobiliën ramponiertes Image wieder deutlich aufzupolieren. Da die Allianz Dresdner Bauspar AG mittlerweile zu Wüstenrot gehört, dürfte sich die Badenia als die wahre Nummer eins im Ranking sehen.

Dahinter beginnt das Verfolgerfeld, angeführt von der Debeka Bausparkasse AG, knapp vor der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG, die zum genossenschaftlichen Finanzverbund gehört, und der Deutschen Bank Bauspar AG. Daran schließt sich das Hauptfeld an, in dem sich die ersten Landesbausparkassen wiederfin-

#### Service- und Kundenbindungs-Ranking der Bausparkassen

Rang	Unternehmen	Servicewert „K“
1	Allianz Dresdner Bauspar AG	79
2	Deutsche Bausparkasse Badenia AG	70
3	Debeka Bausparkasse AG	66
4	Bausparkasse Schwäbisch Hall AG	65
5	Deutsche Bank Bauspar AG	65
6	LBS - Nord	64
7	LBS - Ostdeutsche Landesbausparkasse AG	64
8	LBS - Bayern	63
9	Wüstenrot & Württembergische AG	62
10	BHW Bausparkasse AG	55
11	LBS - West	52

Quelle: Service Value GmbH

den. Für die lediglich zum Mittelfeld gehörende Wüstenrot Bausparkasse bietet sich mit der Übernahme der Allianz Dresdner Bauspar AG auch die Chance, von ihr zu lernen, wie Kundenbindung und Service-Qualität verbessert werden können.

Das Schlusslicht in der Untersuchung bildet die LBS West. Sie rangiert nicht nur im Kreise der untersuchten Landesbausparkassen an letzter Stelle, sondern liegt zusammen mit der BHW Bausparkasse auch beim Service weit hinter dem Hauptfeld. Die von beiden Bausparkassen bereits unternommenen Anstrengungen zur Verbesserung ihres Services genügen offensichtlich noch nicht den Erwartungen der Kunden. L.H.

## Immobilienmarkt-Rating: Kopfnoten

Wie wenig eine einzelne Note über die wahre Leistung aussagen kann, hat jeder – auch abseits empfundener Ungerechtigkeiten – bereits in der Schule erlebt. Schon gar nicht kann die Notengebung heute verlässlich das Können der nächsten Jahre vorhersagen. Etwas fairer waren da vielleicht die Kopfnoten der ersten Jahren: In gewisser Weise und in einem gesteckten Rahmen konnte man hier immerhin eine vier in Ordnung durch eine eins in Fleiß wieder „ausbügeln“. Dass auch die Marktbewertungen der Ratingagenturen nicht immer die ganze Wahrheit darstellen, gleichermaßen im Immobilienbereich wie auch in der weiteren Finanzwirtschaft, haben die vergangenen Monate eindrucksvoll gezeigt. Und dieses Manko besteht weiterhin. Bedenkt man, wie viel mitunter von einer Einzelnote abhängt, wird die seit längerem vorgetragene Kritik an den Agenturen umso bedeutender.

Um dieser zumindest etwas entgegen zu kommen, teilt die Agentur Feri ihre Gesamtbeurteilung der regionalen Märkte künftig in drei unterschiedliche Bewertungen auf. Zumindest auf dem Papier gibt die neue Methodik tatsächlich mehr Anhaltspunkte: Standen beim Rating bisher die Betrachtung des mittel- bis langfristigen Ertragspotenzials und des korrespondierenden strukturellen Risikos im Mittelpunkt, die beide in einer einzelnen Note zusammengefasst wurden, umfasst dieses nun eine Analyse der drei Indikatoren Potenzial, Risiko und Bewertung. Neu hinzugekommen ist der letztere Bereich, der anders als bislang als

eigenständige Komponente betrachtet wird.

Alleine kann die Aufteilung in drei Einzelnoten aber noch kein wesentlich genaueres Bild abgeben. Ein entscheidender Mangel der bisherigen Bewertungsschemen ist, dass sie den Markt aus den wirtschaftlichen Zyklen mehr oder weniger herausgelöst betrachten. Dem will Feri zusätzlich mit einer stärkeren zeitlichen Differenzierung begegnen. So stellt man neben der zehnjährigen Strukturprognose noch eine fünfjährige Zyklusprognose auf. Ob sich bei der Gegenüberstellung von zyklischen Verläufen und strukturellen Trends wirklich künftige Ertragschancen „relativ zuverlässig“ ermitteln lassen, hängt dabei nicht zuletzt davon ab, wie aussagekräftig sich zusätzliche Faktoren wie Kreditverfügbarkeit, Liquidität und Psychologie der Investoren in den Beurteilungen darstellen lassen. Zwar wird die Preisentwicklung auf den Büromärkten nicht einzig durch die fundamentalen ökonomischen Faktoren bestimmt. Krisen wie die gerade abklingende lassen sich aber auch mit Zyklusmodellen nicht über Jahre im Voraus berechnen. ho.

## Ist der Ruf erst ruiniert

Das Image der Banker ist miserabel. Gier, Selbstüberschätzung und Instinklosigkeit wird ihnen vorgeworfen, weil die Institute zu viele Geschäfte riskierten, die nur die wenigsten verstanden, weil überforderte Berater leichtgläubigen Anlegern alles versprochen, was diese hören wollten, weil der Steuerzahler und damit der gesamte öffentlich finanzierte Bereich wie Bildung und Kultur für die Rettung der Banken unerträglich bluten muss und weil unbeeindruckt horrender Verluste manche Manager üppige Boni beanspruchen. Ehre und Verantwortungsgefühl für das Gesamte vermutet das Volk schon lange nicht mehr hinter den glänzenden Fassaden aus Stahl und Glas. Dass zudem die staatlichen Rettungseinsparungen wiederholt nicht verzinst werden, erregt die Stammtische ebenso wie staatlich finanzierter Kundenkauf die „ungestützten Wettbewerber. Die Kreditwirtschaft braucht derzeit nichts nötiger als eine glaubhafte Vertrauenswerbung. Doch stattdessen wird die Öffentlichkeit mit neuen skandalösen Nachrichten gequält. Und wieder einmal geht es dabei um Immobilien und deren Finanzierung.

Der Fall Licon Wohnbau zeigt, wie schwer es einigen Managern aus der Immobilien- und der Kreditwirtschaft die Unterschei-

dung zwischen rechtmäßigem und unrechtmäßigem Handeln fällt. Der Leipziger Projektentwickler mag es edel. Er kauft denkmalgeschützte Gebäude und saniert die großzügigen Wohnungen aufwändig und luxuriös. Anschließend werden die stückverzierten Kleinode über die Licon-Tochtergesellschaft Medicon wohlhabenden Kunden als Kapitalanlage angeboten, die aufgrund der AfA-Sonderabschreibungen damit Steuern sparen können. Da zu den begehrten Zielgruppen auch Ärzte, Zahnärzte und Apotheker gehören, liegt es nahe, die Deutsche Apotheker- und Ärztebank (Apobank) als Partner ins Boot zu holen. Gut die Hälfte aller Licon-Immobilien vermittelte das Kreditinstitut und bot auch gern die Finanzierung an. Ein gutes Geschäft für die Bank, die für die Beratung in die Anlage eine marktübliche Provision einstrich und zugleich ihr Hypothekengeschäft fütterte.

Doch bei dieser Kooperation scheint einiges nicht mit rechten Dingen zugegangen zu sein. So wurden die bisherigen Licon-Geschäftsführer Peter Wolf, zuständig für den Projekteinkauf, und Florian Scholze, verantwortlich für den Vertrieb, Ende Oktober verhaftet und per Gerichtsentscheid von ihren Funktionen entbunden. Unterschlagung, Veruntreuung und Steuerhinterziehung wirft die Staatsanwaltschaft den Beschuldigten vor. Es soll um Scheinfirmen gehen, mit denen der Licon Geld und Immobilien entzogen wurden. Begünstigte sind offensichtlich auch Mitarbeiter der Apobank. Nur wenige Tage nachdem das genossenschaftliche Kreditinstitut eine interne Prüfung veranlasste, mussten die Vorstandsmitglieder Stefan Mühr und Claus Verfürth ihre Posten räumen.

Bis zu einem rechtskräftigen Urteil gilt freilich der Grundsatz, dass die Beschuldigten bis zum Beweis des Gegenteils unschuldig sind. Selbst wenn durch die Vorgänge bei Licon weder Kunden und Lieferanten noch die Bankpartner einen Schaden erlitten haben sollen, ist das Image der Apobank schwer angekratzt. Viel schlimmer: Der Skandal wirft ein schlechtes Licht auf das Gebaren in der Kredit- und in der Immobilienwirtschaft, erstens weil er Erinnerungen an ähnlich dubiose Praktiken bei Immobilienfonds und -finanzierern wachruft und zweitens weil er das Versagen des Risikomanagements offenbart. Nach einem Jahrzehnt ist der Corporate-Governance-Kodex in den besonders Vertrauen beanspruchenden Sparten Kreditwirtschaft, Kapitalanlage und Immobilien augenscheinlich noch immer nicht angekommen. Jetzt wird es aber höchste Zeit! L.H.