

# Konsequente Strategie in der privaten Baufinanzierung

Bundesweit agierender Immobilienfinanzierer unterstützt Volksbanken und Raiffeisenbanken beim nachhaltigen Wachstum im Plattformgeschäft

**Börsen-Zeitung, 22.6.2022**

Laut Bundesbank hat sich das Neugeschäftsvolumen für private Immobilienfinanzierungen 2021 um knapp 4% auf 284,0 Mrd. Euro gegenüber 273,4 Mrd. Euro im Vorjahreszeitraum erhöht. Die Genossenschaftsbanken haben davon rund 25% finanziert. Das belegt zum einen die hohe Resilienz des Immobilienmarktes gegenüber der auch 2021 akuten Corona-Pandemie und ihrer Auswirkungen auf die Gesamtwirtschaft. Zum anderen verdeutlicht diese Entwicklung die große Bedeutung der Volksbanken und Raiffeisenbanken in der Immobilienfinanzierung, die über ihr Filialnetz die Kunden deutschlandweit betreuen.

## Trend zum Plattformgeschäft

Auch die DZ Hyp hat ihr Neugeschäft im Geschäftsfeld Privatkunden 2021 weiter ausgebaut und das Volumen um mehr als 30% auf 2,7 Mrd. Euro gesteigert. Um in der privaten Baufinanzierung auch zukünftig erfolgreich agieren zu können, werden Prozesse, Produkte und Technik kontinuierlich weiterentwickelt. Außerdem muss auf die sich ändernden Rahmenbedingungen reagiert und sollen neue Entwicklungen antizipiert werden. Dazu zählt in der privaten Immobilienfinanzierung insbesondere der Trend zum Plattformgeschäft.

Das über diesen Vertriebsweg abgewickelte Neugeschäft nimmt stetig zu. Die beiden großen Betreiber Hypoport und Interhyp berichten seit Jahren von hohen Wachstumsraten. Laut

Prognosen dürfte der Anteil des Plattformgeschäfts am gesamten Volumen der privaten Immobilienfinanzierung im Jahr 2025 bei über 50% liegen.

Auf Genopace, der Plattform der Volksbanken und Raiffeisenbanken, wurde 2021 ein Finanzierungsvolumen von 12,6 Mrd. Euro vermittelt.



Von  
**Georg Reutter**

Vorstandsvorsitzender  
der DZ Hyp AG

Das sind 55% mehr als im Vorjahr. Für 2022 wird eine Wachstumsrate auf ähnlich hohem Niveau erwartet. Die DZ Hyp war auf Genopace von Anfang an als Gesellschafter und Produktpartner aktiv.

Das Plattformgeschäft in der privaten Baufinanzierung setzt sich aus den Vermittlern, Betreibern, Produkthanbietern und den Anbietern erweiterter Dienstleistungen im Ökosystem zusammen. Für die Vermittler sowie Volksbanken und Raiffeisenbanken entscheiden insbesondere diese Faktoren über den Erfolg: die Beratungskompetenz, ein breites Produktangebot sowie ein Omnikanalansatz, der Off- und Onlineberatung verbindet.

Weil die Plattformen die Produkte zunehmend standardisieren und vergleichbarer machen, müssen sich die Produkthanbieter auch durch andere Faktoren unterscheiden. Sie differenzieren sich daher vor allem durch hohe Verlässlichkeit, schnelle und effiziente Kreditgenehmigung sowie günstige Konditionen. Die DZ Hyp positioniert sich in diesem Umfeld als subsidiärer Produkthanbieter für die Volksbanken Raiffeisenbanken. Diese Zusammenarbeit kombiniert die Vertriebsstärke und Vor-Ort-Präsenz der Banken mit der Prozesseffizienz und den attraktiven Produkten der DZ Hyp als bundesweit agierendem Immobilienfinanzierer.

Dank dieses Erfolgsmodells und einer konsequenten strategischen Umsetzung konnte die Bank in der privaten Baufinanzierung 2021 etwa ein Drittel ihres Neugeschäftsvolumens im Plattformgeschäft mit ihren Partnerbanken generieren.

## „Best in class“-Produkte

Für ihr erfolgreiches Plattformgeschäft entwickelt die DZ Hyp eigene Produkte. Sie ergänzen die bestehende VR-Baufi-Produktfamilie und haben den Anspruch, jeweils zu den führenden Angeboten ihrer Leistungsklasse zu gehören. Auf diese Weise können sowohl besonders kostengünstige, standardisierte Finan-

zierungen als auch individualisierbare Produkte vertrieben werden. Ziel ist es, die Volksbanken und Raiffeisenbanken in den jeweiligen Darlehenskategorien stets mit konkurrenzfähigen Angeboten beliefern zu können.

Diese fußen auf einem stark differenzierten Kostenmodell, das die Konditionen anhand von verschiedenen Parametern risikoadäquat und fair berechnet. Zu diesem Zweck hat die Bank ihr Modell auf eine mehrdimensionale Konditionsermittlung umgestellt. Dazu werden ausgewählte Informationen zur Finanzierung, zur Immobilie und zum Darlehensnehmer genutzt. Alle Faktoren werden so ins Verhältnis gesetzt, dass jede Kombination einen individuellen Preis erhält. Somit können die verschiedenen Bedürfnisse unterschiedlicher Kundengruppen bedient werden.

## Schnelle Zusage erwartet

Endkunden insbesondere in Ballungsgebieten erwarten heute eine schnelle Finanzierungszusage. Aus dieser Anforderung erwächst ein gestiegener Effizienzdruck für die Produkthanbieter. Dem begegnet die Bank mit einer fortwährenden Optimierung in der Kreditbearbeitung. Bei der Kreditgenehmigung zeichnet sie sich durch ihre schnellen Prozesse aus. Ein Großteil der Darlehen wird bereits direkt durch das automatische Kreditentscheidungs-system zugesagt. Dieser Anteil soll kontinuierlich gesteigert werden. Ist eine automatische Kreditentscheidung

nicht sofort möglich, garantiert die DZ Hyp einen Service-Level von 24 Stunden, um den Kreditantrag zu entscheiden. Denn neben wettbewerbsfähigen Konditionen sind verbindliche und schnelle Prozesse für den Erfolg im Plattformgeschäft maßgeblich.

*„Trotz der hohen Wachstumspotenziale im Plattformgeschäft stehen für die Bank auch alle weiteren Vertriebskanäle im Fokus der Strategie in der privaten Baufinanzierung. So stärkt sie insbesondere das Filialgeschäft und die Omnikanalstrategie der Volksbanken und Raiffeisenbanken.“*

Zusammen mit den Volksbanken Raiffeisenbanken erweitert die Bank sukzessive ihre Anbindung an weitere Plattformen. Der gemeinsame Auftritt auf Europace mit ausgewählten Vermittlerorganisationen hat seine Pilotphase bereits erfolgreich abgeschlossen. Auch an die Omnikanal-

plattform der Volksbanken Raiffeisenbanken, die derzeit entwickelt wird, sollen die Produkte der DZ Hyp angebunden werden. Auf diese Weise wird ihre Plattformstrategie mit anderen Vertriebsansätzen kombiniert.

In diesem Wachstumspartner-schaftsmodell stellt die Bank den Erstrang und die Volksbank oder Raiffeisenbank ein attraktives Nachrangdarlehen. Beide Seiten bringen so ihre individuellen Stärken in der Baufinanzierung in die Kombination der Produktbausteine ein. Das bietet Kunden und Vermittlern Möglichkeiten, die außerhalb der genossenschaftlichen Finanzgruppe kaum oder gar nicht zu finden sind.

## Ergänzung der Vertriebskanäle

Mit ihrem Engagement unterstützt die DZ Hyp die Volksbanken und Raiffeisenbanken in der Markterschließung, da auch neue Kundengruppen erreicht werden können. Zudem steigert sie die Wettbewerbsfähigkeit der genossenschaftlichen Finanzgruppe mit Erstrangfinanzierungen.

Trotz der beachtlichen Wachstumspotenziale im Plattformgeschäft stehen für die Bank auch alle weiteren Vertriebskanäle im Fokus der Strategie in der privaten Baufinanzierung. So stärkt sie insbesondere das Filialgeschäft und die Omnikanalstrategie der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Diese werden darin unterstützt, ihre Kunden umfassend und bedarfsgerecht zu beraten.