

Abstract

Titel: Online-Hypothekarmarkt

Kurzzusammenfassung: Die Bedeutung des Internets ist enorm, deshalb ist es mittlerweile möglich, auch Hypotheken online abzuschliessen. Der Kunde verzichtet dabei auf die persönliche Beratungsdienstleistung einer Bank und profitiert dafür von günstigeren Konditionen. Momentan existiert ein kleiner Online-Hypothekarmarkt, der gemäss Experteneinschätzungen bis im Jahr 2018 einen Marktanteil ca. 5 % erreichen wird. Für die Banken stellt sich somit die Frage, wie sinnvoll der Einstieg in diesen neuen Verkaufskanal ist und welche Vor- und Nachteile entstehen. Wesentliche Motive zur Umsetzung sind die Kundengewinnung und Markterweiterung, sowie der allgemeine Zukunftstrend. Gleichzeitig ist es jedoch schwierig, diesen Absatzkanal auch zur Gewinnmaximierung zu nutzen.

Verfasser/-in: Stefanie Brändle

Herausgeber/-in: **Dr. Stefan Ch. Ott, Dipl.-Math. oec. (Univ.)**

Publikationsformat:

- BATH
- MATH
- Semesterarbeit
- Forschungsbericht
- Anderes

Veröffentlichung (Jahr): 2014

Sprache: Deutsch

Zitation: Brändle, S. (2014). *Online-Hypothekarmarkt*
FHS St. Gallen, Hochschule für angewandte Wissenschaften:
Unveröffentlichte Bachelor Thesis.

Schlagwörter (3-5 Tags): Hypothekarmarkt, Digitalisierung, Internetnutzung, Online-Hypothek, Kundenberatung

Ausgangslage

Unsere Gesellschaft bewegt sich in einer digitalen Welt, wo viele Geschäftstätigkeiten unabhängig, also zu jeder Tageszeit und an jedem Ort, abgewickelt werden können. Dies gilt mittlerweile auch für Hypothekarabschlüsse zur Realisierung des Eigenheimtraums. In den vergangenen Jahren haben sich deshalb die Anbieter im Bereich der Online-Hypotheken – Abschluss einer Hypothekarfinanzierung im Internet ohne persönlichen Kontakt zu einem Kundenberatenden – massiv erhöht. Momentan sind in der Schweiz, neben diversen Vermittlern, vier Banken im Online-Hypothekarmarkt aktiv. In dieser Arbeit wird deshalb untersucht, wie erfolgsversprechend die verschiedenen Modelle sind und inwiefern dieser neue Verkaufskanal auch bei anderen Banken eingesetzt werden kann.

Ziele

Aus den Fragestellungen der Ausgangslage ergeben sich folgende Projektziele:

- Die Entwicklung des Hypothekarmarktes, insbesondere des Online-Hypothekarmarktes ist aufzuzeigen und der Beratungsprozess im Detail zu analysieren.
- Die bestehenden Onlinelösungen/-modelle auf dem Markt sind darzulegen.
- Mittels Experteninterviews sind die Vor- und Nachteile des Vertriebskanals zu eruieren.
- Mittels Umfrage bei den Kundenberatenden soll deren Wissen und Erfahrungen in Bezug auf Online-Hypotheken ermittelt werden.
- Konkrete Handlungsoptionen auf Grund der Marktanalyse, Interviews und Umfrage sind darzulegen.

Vorgehen

Als erster Schritt wurde der Hypothekarmarkt analysiert. Der Fokus lag dabei auf der Zins- und Volumenentwicklung sowie den Marktveränderungen und den zunehmenden regulatorischen Vorschriften. Auch die Kundenbedürfnisse sind von zentraler Bedeutung, deshalb wurden auch das Kundenverhalten und die Internetnutzung, speziell im Bankendienstleistungsbereich, genauer erforscht.

In einem zweiten Schritt wurden die aktuellen Online-Hypothekarmodelle in der Schweiz analysiert und verglichen. Dabei waren einerseits die Gespräche mit der Auftraggeberin und den verschiedenen Banken hilfreich, andererseits konnten mittels Sekundärrecherche viele Erkenntnisse gewonnen werden. Schliesslich wurde auch der aktuelle, persönliche Kundenberatungsprozess der Auftraggeberin analysiert und auf seine "Online-Fähigkeit" überprüft. Dazu wurden die einzelnen Prozessschritte überprüft und parallel ein Kostenvergleich angestellt.

Die fehlenden theoretischen Grundlagen sind mit qualitativen Experteninterviews und einer quantitativen Onlinebefragung ergänzt worden. Für die Experteninterviews sind die bestehenden Konkurrenten aber auch unabhängige Fachpersonen ausgewählt worden, um mehr direkte Erkenntnisse aus dem Markt zu gewinnen. Damit die Erfahrung, das Wissen und die Loyalität der Kundenberatenden gegenüber der Online-Hypothek ermittelt werden konnten, wurde zudem eine entsprechende Umfrage mit rund 200 Kundenberaterinnen und Kundenberater aus dem Bereich Finanzieren der Auftraggeberin durchgeführt.

Erkenntnisse

Das tiefe Zinsniveau hat in den letzten Jahren dazu geführt, dass langfristige Hypotheken abgeschlossen wurden, was die Ablösegefahr via den Online-Kanal momentan reduziert. Gleichzeitig nimmt die Internetnutzung stetig zu, wobei der Preis als sehr wichtige Inspirationsquelle gilt. Zudem erhöht sich durch das steigende Bildungsniveau und die zahlreichen Recherchertools im Internet auch das Know-How über die Online-Abschlussmöglichkeiten im Kreditbereich. Das Online-Vermittlungsgeschäft hat vor allem im Ausland eine hohe Bedeutung und ist in der Schweiz weniger bekannt. Dafür sind die Direktmodelle der Schweiz – 1:1-Beziehung zwischen Kunde und Bank in Form von einer Online-Hypothek – eher einzigartig und in den umliegenden Ländern nicht verbreitet.

Generell kann festgehalten werden, dass die Modelle der vier Vergleichsbanken sehr ähnlich sind. Der Erfolg einer Online-Hypothek ist dabei ausschliesslich von den Konditionen abhängig. Die Kannibalisierung des traditionellen Verkaufskanals ist deshalb bei allen Banken ein präsent Thema. Die Analyse des persönlichen Beratungsprozesses hat ergeben, dass die Kreditbeurteilung als schwierigster Umsetzungsteil in einem Online-Tool gilt. Zudem muss sich eine Bank bewusst sein, dass der Kundenkreis via Online-Kanal eingeschränkt wird, weil nur Kunden mit "guten Risiken" die Kriterien für einen Online-Hypothekarabschluss erfüllen können. Schliesslich dürfte es schwierig sein, durch die Prozesseinsparungen den Margenverlust zu decken.

Erwartungsgemäss hat die Umfrage gezeigt, dass rund 70 % der Kundenberatenden einem Kunden mit Sicherheit das Beratungsgespräch und nicht den online Vertriebsweg empfehlen würden. Die Akzeptanz bei den eigenen Kunden wird dementsprechend ebenfalls tief eingeschätzt. Die grössten Risiken bei einer Online-Hypotheken-Lancierung der Auftraggeberin sehen die Kundenberatenden in der Gefährdung der Reputation und der Kannibalisierung der eigenen Marge. Im Jahr 2013 haben 15 % der befragten Kundenberatenden wegen Online-Hypotheken-Anbieter Geschäfte nicht zum Abschluss gebracht.

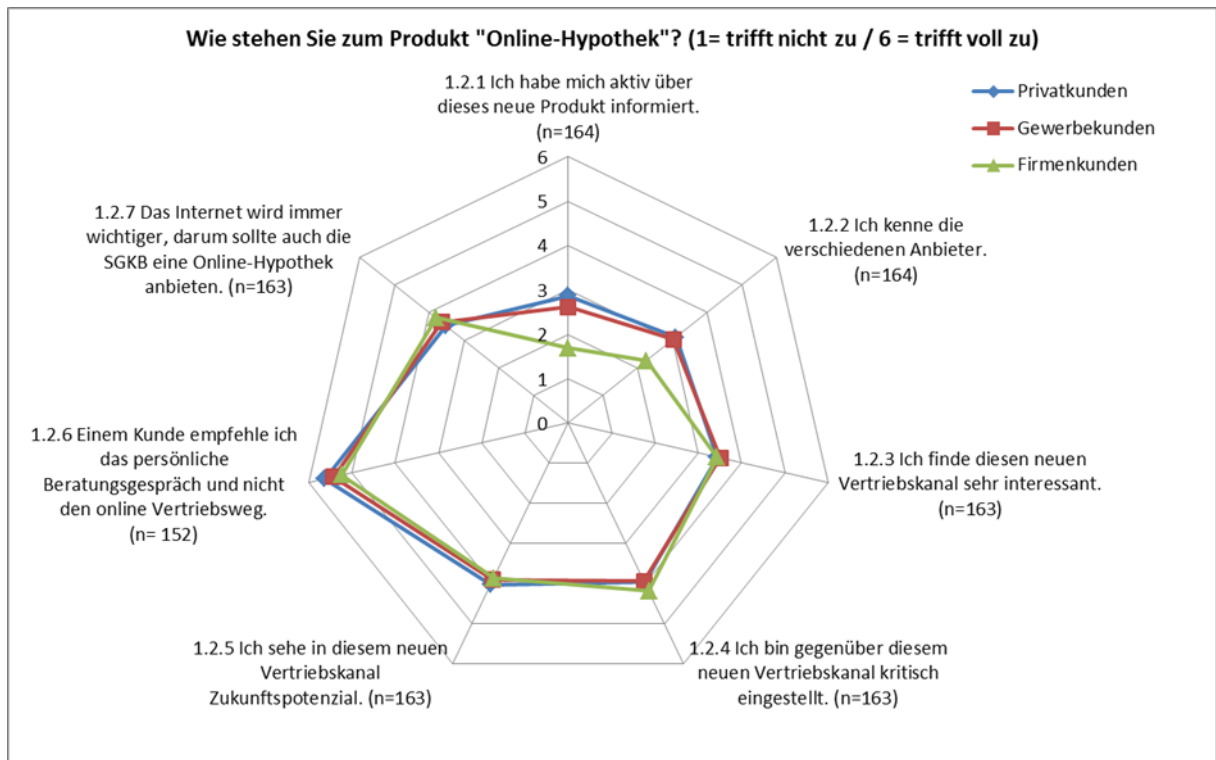


Abb.: Spider-Diagramm zur Frage "Wie stehen Sie zum Produkt Online-Hypothek".
Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an die Kundenberaterumfrage.

Die Interviews mit fünf Konkurrenten und drei unabhängigen Fachexperten haben ergeben, dass sich das Marktvolumen, in einem Gesamthypothekenmarkt von rund CHF 130 Mrd. im Jahr 2013, auf ca. CHF 1.5 Mrd. beläuft. Der Hauptgrund, warum man sich als Bank für einen Markteintritt entscheidet, ist die Omni-Channel-Strategie. Potenzielle Online-Hypotheken-Kunden können in den aktuellen Sinus-Milieus der Schweiz, tendenziell dem Profil "Performer" zugeordnet werden. Es handelt sich somit um vermögende, gut ausgebildete Personen im Alter zwischen 30 und 50 Jahren. Als wichtigste Einflussfaktoren für die zukünftige Entwicklung werden das Projekt eGRIS (elektronisches Grundstücksinformationssystem), die digitale Signatur, die Aggressivität der Vermittler, das Verhalten der Grossbanken sowie die soziodemographischen Veränderungen bezeichnet.

Schlussfolgerungen

Die Vor- und Nachteile aus Sicht der Banken, aber auch aus Sicht des Kunden, sind sehr umfangreich ausgefallen. Darüber hinaus sind sie individuell, also abhängig vom bestehenden Marktgebiet und des gewählten Geschäftsmodells, und können nicht auf jede beliebige Bank adaptiert werden. Weil die erheblichen Kosten im IT- und Marketingbereich oft nicht im Einklang mit dem Nutzen stehen, ist der wesentliche Treiber zur Lancierung einer Online-Hypothek schliesslich nicht die Rentabilität oder Gewinnmaximierung, sondern der allgemeine Zukunftstrend unserer digitalisierten Gesellschaft.

Literaturquellen

Dietrich, A., Lengwiler Ch. & Passardi M. (2013). *IFZ Retail Banking-Studie 2013. Retail Banking: Quo vadis?* Zug: Institut für Finanzdienstleistungen Zug an der Hochschule Luzern.

Meyner, S. (2013). *Online-Hypotheken in der Schweiz. Kundenbedürfnisse vs. Angebote.* Master-Thesis, Kalaidos Fachhochschule Schweiz.

Online-Hypothekenmarkt Schweiz: Status und Ausblick. (20.01.2014). Zug und Zürich: Institut für Finanzdienstleistungen IFZ in Zusammenarbeit mit e-research. (Erhältlich bei der e-research AG, Stauffacherstrasse 45, 8004 Zürich)

Rudolph, T., Emrich, O., Böttger, T., Essig, E., Metzler T., Pfrang, T. & Reisinger M. (2013). *Der Schweizer Online-Handel - Internetnutzung Schweiz 2013.* St. Gallen: Kompetenzzentrum E-Commerce am Forschungszentrum für Handelsmanagement.

Schweizerische Nationalbank [SNB]. (2013). *Die Banken in der Schweiz 2012* [Elektronische Version]. Zürich: Autor.

SwissBanking. (2013). *Bankenbarometer 2013 – Die konjunkturelle Entwicklung der Banken in der Schweiz* [Elektronische Version]. Basel: Schweizerische Bankiervereinigung.