GOLDILOCKS

WHATSAPP INTERVIEW

Frank Demmer & Christoph Neuhaus

LBS West / Wertfaktor

Ab durch die Miete!

Titelstory: FinTech reloaded

Der Traum vom eigenen Haus wird heute anders geträumt. PropTech lautet das Wort der Stunde für Immobilienkäufer, -makler und -finanzierer. GOLDILOCKS gibt Einblicke in einen Markt im Umbruch.

EDITORIAL

GEMEINSAM HELFEN HILFT.

Die Coronavirus-Krise hat innerhalb von wenigen Wochen massiven Einfluss auf unser privates und berufliches Leben genommen. Auch die aktuelle GOLDILOCKS-Ausgabe blieb von den Auswirkungen der Pandemie natürlich nicht verschont. Wir haben uns entschieden, nicht alle Inhalte umzuschmeißen. Schließlich werden innovative Ideen zu Immobilienhandel und Baufinanzierungen nicht dadurch obsolet, dass womöglich eine Rezession droht. Im Gegenteil: Mit einiger Wahrscheinlichkeit werden digitale Lösungen sogar noch wichtiger. PropTechs werden ihre Lösungen gerade jetzt anbieten, um einen Weg aus dem wirtschaftlichen Stillstand zu befördern – zum Beispiel durch virtuelle Immobilienbesichtigungen oder durch attraktive Anlagemöglichkeiten. Dass die Krise auch Möglichkeiten für Neues, insbesondere für digitale Lösungen bietet, haben wir vom S-Hub in Kooperation mit mehreren Sparkassen und Verbundpartnern gerade bewiesen. Die Geschichte zu unserer Gutschein-Initiative für den lokalen Handel hat es noch in diese GOLDILOCKS-Ausgabe geschafft. Wir werden auch weiterhin unseren Teil dazu beitragen, die Sparkassen und ihre Kunden getreu dem Motto ”Gemeinsam helfen hilft” zu unterstützen.

Viel Spaß beim Lesen!

Jens Rieken
Leiter Sparkassen Innovation Hub

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB

INHALT

32 SEITEN VOLLER INNOVATION

04_ Titelstory

FinTech reloaded

Die Immobilienwirtschaft erfindet sich neu.

07_ Interview

TITEL INTERVIEW

WhatsApp-Interview mit Frank Demmer & Christoph Neuhaus

Nachgefragt bei Frank Demmer, Vorstand der LBS West, und Christoph Neuhaus, einer der Gründer des PropTech-Startups Wertfaktor.

10_ News

Deutsche Bank, VR Ventures, Immobilienfinanzierung

Wir berichten über die neuesten Entwicklungen am Markt.

15_ Gastbeitrag

Blockchain in der realen Welt

Ein Beitrag von Paul-Maria Hülsmann, CEO und Co-Gründer Finexity AG.

17_ Inside S-Hub

Ideen, Visionen, Produkte

Mit unserer Inside Story und den neuesten Case Studies aus dem S-Hub.

22_ Short Tracks

5 Fragen, 5 Antworten

Dieses Mal mit Lukas Jaborsky, Product Owner im Sparkassen Innovation Hub, zu neuen Ideen im Bereich der Baufinanzierung.

24_ Spotlight

Zukunftsinstitut, S-Trust, Sparkassen, InsurTechs

Ausgeleuchtet: Was den Markt heute bewegt.

26_ Glossar

Kurz erklärt

Wichtige Begriffe, kurz und knapp erklärt.

28_ About

Über Goldilocks – was wir wollen, wer wir sind

Wofür Goldilocks steht, was uns ausmacht und wer dahinter steckt.

GOLDILOCKS

WIRD PRÄSENTIERT VON

finletter

SPARKASSEN INNOVATION HUB

Titelstory
FINTECH
RELOADED

TITELSTORY

LESEDAUER: 10 MIN

FINTECH RELOADED - DIE IMMOBILIEN-WIRTSCHAFT ERFINDET SICH NEU

Lebensfreude, Sicherheit, Komfortzone. Es gibt viele Attribute, die Immobilienkäufer mit den eigenen vier Wänden verbinden, die weit über die einer Kapitalanlage hinausgehen.

Lange untrennbar damit verknüpft war für viele der obligatorische Gang zur nächsten Filialbank.

Dabei funktionierte die Baufinanzierungsberatung über viele Jahre hervorragend.

Doch sieht sie sich jetzt **einer Vielzahl an alternativen Möglichkeiten der Konkurrenz** ausgesetzt. Online-Börsen und Vergleichsportale lassen nicht nur die Besichtigung von deutlich mehr Projekten zu, die Online-Recherche hilft auch bei der Einordnung der angebotenen Konditionen.

Unter anderem durch diese Entwicklung bildete sich in den vergangenen Jahren das **Buzzword PropTech** heraus, das stellvertretend für eine Branche steht, in der Dienstleistungen rund um Immobilien durch Technologie verändert werden. Die Wortschöpfung setzt sich dabei zusammen aus den Wörtern Property und Technology.

Innovatives liefern aber nicht immer nur die High-End-Lösungen. Das Hamburger Startup Wertfaktor kommuniziert das ganz offen. Im Grunde verfolgt es einen alten Weg in modifiziertem Gewand: Es bietet umgekehrte Baufinanzierungen an. Kunden können ihre Immobilie zu Teilen an das Startup veräußern und erhalten einen entsprechenden Geldbetrag, der für sofortige Liquidität sorgt. **Gründer Christoph Neuhaus** selbst sagt, dass das Modell im Grunde auch vor vielen Jahren funktioniert hätte. Allein: Das Auffinden der passenden Geschäftspartner wird in ausreichender Quantität erst in der vernetzten Welt möglich. Davon profitiert das Wertfaktor-Modell. **Eine mögliche Kernzielgruppe** ist etwa die der Rentner mit eigener Immobilie aber unzureichendem Barvermögen, die bei ihrer Bank keinen Kredit mehr bekommen. Bestand für diese früher vor allem die Möglichkeit, die eigenen vier Wände zu veräußern und sich selbst ein Nießbrauchsrecht einräumen zu lassen, adaptiert Wertfaktor das Modell nun – ohne vollständiges Eigentum zu erwerben. Der Kunde veräußert seine Immobilie nur zu einem Teil und zahlt ein vereinbartes Nutzungsentgelt. Rechnet er mit einer Wertsteigerung seiner Immobilie, kann er etwa heute 25 Prozent veräußern und in zehn Jahren noch einen ebenso großen Anteil nachlegen. Ob das Modell in der jeweiligen Lebenssituation sinnvoll oder überhaupt geeignet ist, ist sehr individuell. Hier hilft der digitale Faktor, passende Geschäftspartner ausfindig zu machen.

SPARKASSEN WERDEN INNOVATIV

Egal ob High-Tech-Lösung oder kleine Modifizierung, bekannt sind die digitalen Möglichkeiten natürlich auch den Sparkassen. **Allerdings fehlt es gerade vielen kleineren Vertretern schlicht an den technischen oder auch finanziellen Möglichkeiten für große Innovationen.** Möglicherweise aber ist es nötiger denn je, auch über eigene Lösungen nachzudenken oder die Verwirklichung größerer Projekte in Zusammenarbeit mit Partnern aus der Region proaktiv anzustoßen. Der Aufwand dafür kann durchaus unterschiedlich ausfallen. So geht etwa die **Ostsächsische Sparkasse Dresden** einen neuen Weg auf dem Tätigkeitsfeld der Immobilien. Ganz im Stile der ganzheitlich denkenden Konkurrenz, will die Sparkasse dabei **nicht nur den Verkauf und die Finanzierung von Wohnraum anbieten, sondern den Käufer in deutlich mehr Lebenslagen begleiten.** Zum neu startenden Projekt „RaumGewinn" gehören dann auch die Unterstützung von Bauherren durch die Vermittlung von Handwerkern oder die Beratung beim Einbau einer Wallbox, also einer Ladestation in der Garage, die für das schnelle Laden der E-Auto-Batterie sorgt. **Im Kern steht der Offline-Ansatz**, Mitte des Jahres soll ein großer Showroom die Möglichkeiten modernen Wohnens aufzeigen, die die Sparkasse dann in All-in-one-Paketen anbieten oder vermitteln kann.

Für den digitalen Teil hat sich die Sparkasse externe Expertise an Bord geholt. Ein Projektmanagement-Tool soll das Ökosystem rund um die Immobilienfinanzierung digital bündeln. „*Natürlich ist auch eine Verfügbarkeit online sehr wichtig*", erklärt Marit Chwalczyk, Referentin für Bauen & Immobilien bei der Sparkasse Dresden, im Gespräch mit GOLDILOCKS. Bei einem Geschäftsgebiet mit den räumlichen Ausmaßen des Saarlandes sei es dem Kunden kaum zuzumuten, für jede Entscheidung am Immobilien-Projekt eine weite Anfahrt in Kauf nehmen zu müssen. Das Projekt ist aber eben auch deshalb so spannend, weil es nur indirekt von der Digitalisierung profitiert. Laut Chwalczyk ist die Kundenakzeptanz von Ökosystem- und Netzwerk-Gedanken enorm gestiegen, seit man diesen in anderen Bereichen regelmäßig begegnet. **Davon könne nun auch die Finanzbranche profitieren.**

Das gilt insbesondere für Sparkassen, die digitale Möglichkeiten perfekt mit ihrer Kernkompetenz kombinieren können: der Vernetzung vor Ort.

So habe man bei der Ostsächsischen Sparkasse Dresden trotz der Zusammenarbeit mit teilweise großen Playern auf eine Vor-Ort-Vernetzung geachtet. Gerade die kleinen Partner böten dabei enorme Vorteile, sagt Chwalczyk: „*Verhandlungen mit kleinen Startups oder auch einzelnen Handwerkern sind häufig deutlich einfacher.*" Ein interessanter Ansatzpunkt im Übrigen für kleinere Sparkassen, die aus eigener Kraft so aufwendige Projekte wie RaumGewinn kaum stemmen könnten. Neben der angestrebten Kundenbindung eröffnen sich so auch neue Ertragsmöglichkeiten, etwa durch Provisionseinnahmen oder Werbefinanzierungen.

SERVICE WIRD HONORIERT

Das Kundenverhalten sei variabler geworden, sagt die Expertin. Die Sparkasse nehme einen Kundenkontakt oft erst wahr, wenn der Kunde mit einem konkreten Anliegen in der Filiale erscheint. Für den Kunden selbst geht der Kontakt aber bereits früher los, etwa, wenn er online eine Überweisung über die App seiner Sparkasse tätigen möchte. Eine schlechte Benutzerfreundlichkeit bedeutet für den Kunden dann bereits einen schlechten Eindruck im Kontakt mit seiner Sparkasse. **Hier müsse man beide Situationen betrachten, offline seine Stärken ausspielen und online zeitgemäß reagieren.** Erst die Kombination macht es für die Immobilien-Referentin rund. Hier sieht Marit Chwalczyk auch noch am ehesten einen Nachholbedarf in Teilen des Sparkassen-Verbandes. Aber weder das reine vermeintlich innovative Online-Modell sei der richtige Weg, noch das ausschließliche Festhalten an Schaufenster-Aushängen. Der Weg in Dresden führt durch die Mitte und umfasst viele Bereiche – ähnlich einem Wedding Planer, der alle Kalkulationen für den schönsten Tag des Lebens übernimmt und auch daran denkt, dass noch die Briefmarken für die anschließenden Danksagungen im Budget kalkuliert werden müssen. Service wird belohnt.

Das Sparkassen-fremde PropTech Home hat mit einer ähnlichen Richtung gerade elf Millionen Euro Kapital eingesammelt. Mit Home können Vermieter die Wertentwicklung einer Immobilie oder Zahlungen ihrer Mieter zentral und unkompliziert nachverfolgen.

Denkbar sind viele weitere Schritte. So könnte eine Sparkasse ihren vermietenden Kunden beispielsweise eine Factoring-Option einräumen, sodass diese sich gegen Gebühr keine Sorgen um den pünktlichen Eingang der Miete machen müssen und Finanzierungsprojekte sicher planen können. **Das kundenbindende Element hierbei dürfte enorm sein.** Mögliche Zukunftsmusik. Ebenfalls noch nicht ganz ausgereift, dafür aber nicht minder innovativ, sind die Ergebnisse des Symbioticon 2019. Unter dem Motto **#beyondtomorrow** erarbeiteten kleine Teams im Rahmen eines Hackathons mögliche Projekte, die Sparkassen beim Sprung in den zeitgemäßen Umgang mit Immobilien zum Vorbild gereichen könnten. So hat sich ein Team mit dem Trend zum Single-Leben auf der einen Seite und der steigenden Akzeptanz von Co-Living-Lösungen jenseits der Studenten-WG auf der anderen beschäftigt. Über einen ganzheitlichen Ansatz könnte man passende Wohnpartner zusammenbringen und die Immobilien gleich von der Crowd über Fonds finanzieren lassen. Ein anderes Team schlägt vor, den Immobilienmarkt volatiler zu gestalten. Ein verkaufsbereites Objekt sei demnach nur deswegen nicht schon frühzeitig auf dem Markt, weil der Verkäufer schlicht noch kein neues Zuhause gefunden hätte. Über eine Optimierung und den Vergleich von Suchkriterien könnte eine App zueinander passende Vertragspartner zusammenbringen. Beide Modelle erinnern ein wenig an Online-Partnerbörsen, ersparen in der Theorie beiden Parteien viel Zeit und Aufwand sowie den Zwischenhändler und sichern der vermittelnden Sparkasse je nach Ausgestaltung gleich für zwei Seiten die Provision. So werden eben jene Vorteile von Vernetzung genutzt, die auch Wertfaktor und seine Kunden zusammenbringt.

Wenn das Aufkommen der PropTech so manchem Sparkassen-Vertreter noch Sorgen bereitet haben dürfte, können die genannten Beispiele aber durchaus Mut für die Zukunft verbreiten; nicht trotz, sondern gerade wegen der traditionellen Strukturen der Sparkassen – nur eben mit dem Blick über den Tellerrand hinaus.

Autor: Clas Beese
Co-Founder von finletter

Autor: Martin Pieck
finletter-Redakteur

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB

BUNT IST MEINE LIEBLINGSFARBE.

Walter Gropius,
Gründer des Bauhauses

WhatsApp-Interview

FRANK DEMMER & CHRISTOPH NEUHAUS

Fotocredit: LBS West, Wertfaktor

WHATSAPP-INTERVIEW
LESEDAUER: 15 MIN

DER TRAUM VOM EIGENEN 🏡 WIRD HEUTE ANDERS GETRÄUMT

Das WhatsApp-Interview ist mittlerweile ein festes Format in jeder GOLDILOCKS-Ausgabe – und für die Beteiligten immer wieder eine spannende Erfahrung.

Dieses Mal haben wir noch einen drauf gelegt und gleich zwei Protagonisten zum Chat gebeten: **Frank Demmer, Vorstandsvertreter der LBS West, und Christoph Neuhaus, einer der Gründer des PropTech-Startups Wertfaktor.** Das Geschäft beider sind Immobilien: Der eine bietet das klassische Bausparen an, während das Startup Immobilien anteilig kauft, damit Haus- oder Wohnungs-besitzer per Nießbrauchsrecht darin wohnen bleiben können und trotzdem zu Geld kommen. Wir wollten wissen, wie Demmer und Neuhaus den Markt und seine Immobilienkäufer wahrnehmen, wie sie ihre Geschäfts-modelle für die Zukunft fit machen und ob sie sich als Bausparkasse und Herausforderer eigentlich so spinnefeind sind, wie man denken könnte.

17.02.2020

Martin Pieck, GOLDILOCKS
Hallo Frank, hallo Christoph, einen wunderschönen guten Morgen wünsche ich Euch. Seid Ihr bereit, Euch auf unser Interview-Experiment einzulassen?
10:36

Frank Demmer, LBS
Hallo Christoph, hallo Martin, beste Grüße aus Münster! Kann losgehen 😉👍 Ich freue mich auf unseren Austausch.
11:13

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Hallo Martin, hallo Frank, freue mich ebenso, dabei sein zu dürfen!
11:18

Martin Pieck
Super, wir sind gespannt. Vielleicht ist diese Konstellation ein wenig ungewöhnlich für ein Doppelinterview. Was erwartet ihr vom Gespräch mit dem jeweils anderen?
11:24

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Ich glaube, wir haben ein ähnlich erklärungsbedürftiges Produkt, welches wir beide versuchen, auch digital den Kunden näher zu bringen. Ich bin gespannt zu hören, welche Schritte die LBS in dieser Richtung tut. Wir waren sehr überrascht, wie gut unsere Kunden die digitale Ansprache annehmen – mehr als 80 Prozent aller Anfragen kommen über das Internet.
11:38

Martin Pieck
... und ob Frank sein Produkt auch als so erklärungsbedürftig einstuft... 🙂
14:31

Frank Demmer, LBS
Der Bausparvertrag ist zunächst einmal ein einfaches und zugleich sehr flexibles Produkt. Gerade für junge Menschen, die sich in Zukunft vorstellen können, in den eigenen vier Wänden zu leben, ist der Bausparvertrag das ideale Instrument, um das notwendige Eigenkapital anzusparen – und das staatlich gefördert.
19:47

Martin Pieck
Das klingt soweit noch recht analog.
19:49

Frank Demmer, LBS
Der digitale Abschluss ist dabei grundsätzlich heute schon möglich. Wir planen in enger Abstimmung mit den Sparkassen einen vollständig digitalen Spar-Assistenten in den Markt zu bringen, der auch den voll-digitalen Abschluss des Bausparvertrages – konsequent aus Kundensicht gedacht – beinhalten wird.
19:52

Martin Pieck
Also ist das Digitale für beide im Grunde nicht notwendig, um das Produkt zu gestalten, aber überlebenswichtig, um die Zielgruppe zu erreichen?
19:55

Frank Demmer, LBS
Exakt. Wir orientieren uns daran, welche Bedürfnisse der Kunde hat und wo er nach einer Lösung sucht. Wer eine Immobilie kaufen oder bauen will, sucht Haus und Finanzierung nicht auf TikTok, aber informiert sich in fast neun von zehn Fällen im Internet. Wer ein Teil seines ersten selbst verdienten Geldes anlegen will, vergleicht keine zehn Internet-Rechner und läuft auch nicht in die Filiale. Der will eine einfache Lösung. Unser Job ist es, Touchpoints zu bieten, die passen – denn unser Produkt kann beides.
20:02

18.02.2020

Martin Pieck
Christoph, welche Rolle spielt das Zinsniveau für Wertfaktor?
09:00

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Das Zinsniveau ist natürlich auch für uns sehr relevant. Wir refinanzieren uns durch große Bankpartner – und je bessere Konditionen wir dort bekommen, desto bessere können wir an unsere Kunden weiter geben.
09:13

Martin Pieck
Also Zinsen sind auch für Euch wichtig. Wie ist es mit der Digitalisierung?
09:13

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Für uns ist das Digitale sehr wichtig. Wir nutzen die „Größe und Breite " des Internets um unsere Kunden möglichst allumfassend zu informieren. Blogs, Videos, Beispielrechner etc. – all das wäre nicht denkbar, wenn wir die digitale Plattform nicht hätten. Unsere Kunden schätzen diese Breite an Informationen sehr.
09:14

Martin Pieck
Okay, da geht es dann um die Grundlagen des Geschäfts. Dann lass uns mal auf die Kunden von Wertfaktor und LBS schauen. Welche Rolle spielen deren Emotionen in eurem Geschäft? Was ist den Kunden wichtig, wenn es um Immobilien geht? Ändert sich das vielleicht sogar?
09:38

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Der Teilverkauf an Wertfaktor ist ein hoch emotionales Thema. Wir haben die Kunden, die jahrelang bei Frank Kunden gewesen sind – ihr Haus fleißig abgezahlt haben, es gepflegt und gehegt haben. Ihre Kinder dort großgezogen haben. Und nun fällt ihnen auf, dass der Großteil des Vermögens dort eingemauert ist – ein Vermögen das dank der guten Immobilienlage auch noch mal deutlich im Wert gestiegen ist in den letzten zehn Jahren.
12:23

Martin Pieck
Eingemauert heißt ... man kommt nicht an die Kohle dahinter?
12:26

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Genau, um an das Vermögen zu kommen, müssten sie verkaufen. Das wollen sie aber nicht. So bieten wir an, einen Teil an uns zu veräußern und weiter drin wohnen zu bleiben, als gäbe es uns nicht. Wir werden stiller Miteigentümer. Da es oftmals um den größten Vermögensgegenstand geht, geht es viel um Vertrauen und Vertrauensaufbau in unserer Beratung.
12:29

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Ich nehme an, dass der Erstkauf bei Frank eine ähnlich gravierende Weichenstellung im Leben darstellt...
12:29

Martin Pieck
Müssen Kunden öfter an das „eingemauerte Vermögen“ als früher?
12:35

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Die Rentenentwicklung ist deutlich schwächer als die Entwicklung bei Immobilienpreisen. Ich denke daher eher, dass das Delta immer größer wird zwischen dem, was ich monatlich zur Verfügung habe und in welchem Immobilienvermögen ich sitze. Es gibt in Hamburg Stadtteile, da haben Leute vor 30 Jahren für 300.000 DM gekauft. Diese Häuser sind jetzt teilweise eine Million Euro wert. Das ist mit der Rentenentwicklung nicht zu vergleichen. Da kommt der eine oder andere schon mal auf die Idee, dieses Wertwachstum auch teilweise mitzunehmen. Richtig so, denken wir.
12:46

Frank Demmer, LBS
Bei allem Bewusstsein für die Wertsteigerung der eigenen Immobilie erleben wir auch immer noch eine sehr hohe Emotionalität der Menschen beim Thema „eigenes Zuhause“. Viele unserer Kunden haben lange auf die Realisierung dieses Traums hingearbeitet, haben sich nicht nur ein Anlageobjekt, sondern einen Ort zum Wohlfühlen geschaffen. Da steckt viel Herzblut drin.
21:05

Martin Pieck
Also ist der Traum von den eigenen vier Wänden auch nicht bei jüngeren Menschen ausgeträumt, die ja gerne als besonders freiheitsliebend bezeichnet werden?
21:09

Frank Demmer, LBS
Keiner hat Bock, den Vermieter reich zu machen. Junge Leute am Anfang von Berufsleben und Familienplanung schmerzen hohe Mieten besonders. Wir haben jüngst Menschen zwischen 16 und 29 Jahren befragt: Mehr als 70 Prozent möchten später ein eigenes 🏡 haben.
21:13

Frank Demmer, LBS
Sind die Kunden einmal im eigenen Zuhause, ändern sich natürlich die Bedürfnisse mit dem Lebensverlauf. Am Anfang willst du dir mit dem Bausparvertrag Top-Zinsen für die Anschluss-finanzierung sichern. Später willst du eine neue Küche, eine Solaranlage aufs Dach, eine neue Heizung oder ein altersgerechtes Bad, In jedem Fall spart der Wohnungseigentümer im Alter bis zu 600 Euro Miete im Monat und bereits vor Renteneintritt rund 30 Prozent der Wohnkosten eines Mieters. Das heißt: Die eigene Immobilie leistet einen äußerst wichtigen Beitrag zur privaten Altersvorsorge.
21:15

Martin Pieck
Das bringt mich zurück zur Frage: Kooperation oder Konkurrenz? Was ist mit der Kundin, die sich den Traum vom eigenen 🏡 schon erfüllt hat, der aber die eingesparte Miete alleine nicht reicht, weil sie Geld braucht? Ist das ein Fall, für den die LBS eigene Angebote hat? Oder wäre in so einem Fall Christophs Angebot eine mögliche Alternative? Kann man hier sogar zusammenarbeiten oder bleibt es bei Konkurrenz? 🤼
21:21

Frank Demmer, LBS
Für Hamburg und andere „Immobilien-Hotspots“ ist das Angebot von Wertfaktor sicherlich auf den ersten Blick reizvoll. Aber welche Angebote kann Christoph Menschen auf dem Land machen? Dort, wo die Immobilien-preisentwicklung nicht so rosig verläuft wie z.B. in Hamburg oder auch Münster. Wir übernehmen Verantwortung für alle Kunden unserer Region. Und wir bringen unsere Kunden nicht in Risiken, die wir nicht verantworten können.
21:31

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Wir kaufen überall an. Zu großen Teilen von Kunden, die von ihrem langen Partner – den Sparkassen und anderen Banken – vorher enttäuscht worden sind, weil sie keine Anschlussfinanzierung oder Hypothek bekommen haben.
21:58

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Also keine wirkliche Konkurrenz in meinen Augen. Viele Banken kommen auf uns zu, weil sie kooperieren wollen. Verstanden haben, dass unser Ansatz eine Lücke füllt. Das freut uns natürlich sehr. Zum besseren Verständnis: aufgrund Ihres Alters, nicht aufgrund einer mangelnden Kreditwürdigkeit.
22:01

19.02.2020

Martin Pieck
Okay, das sind nun inhaltliche Unterschiede. Aber wie ist es organisatorisch? Was ist für Euch der Hauptvorteil Eurer Organisationsform – also junges Startup oder etabliertes Unternehmen mit entsprechender Größe? Gibt es vielleicht in den Arbeitsabläufen auch etwas, das ihr beim anderen beneidet?
04:11

20.02.2020

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Wir als junges Unternehmen arbeiten stark daran, bekannt zu werden. Wir haben große Marketing-Aufwände, um in die Köpfe der Leute zu kommen. Dadurch, dass wir ein komplett neues Produkt erfunden haben, müssen wir sowohl die neue Kategorie „erklären“ – und ihre Vorteile gegenüber den „alten“ in unseren Augen deutlich schlechteren Verrentungsmodellen – wie auch im zweiten Schritt uns als vertrauensvollen Anbieter
08:46

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Eine neue Kategorie zu etablieren, ist als Pionier nicht leicht. Dass wir die ersten waren, wird sicherlich eines Tages zum Vorteil werden. Heute ist es eine Herausforderung. Die wir aber gerne angenommen haben.
08:47

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Die positive Kehrseite ist, dass wir schnell neue Dinge ausprobieren können. Und schnell auf Erfolg und Misserfolg reagieren können. Wir haben im letzten Jahr über 50 Marketingkanäle testen können. Und werden von Tag zu Tag besser darin, Kunden für uns zu
08:48

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Wir haben Mitarbeiter, die für unser Thema brennen, die mit uns was ganz Großes aufbauen wollen. Und die es begeistert, von Anfang an dabei zu sein. Neue Strukturen aufzustellen, statt alten Strukturen zu folgen.
08:50

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Jeder Mitarbeiter hat leichten Zugang zu mir. Und ich entscheide großteils alleine. Somit sind Entscheidungen schnell gefunden. Das wissen alle zu schätzen.
08:50

Martin Pieck
Jetzt bin ich neugierig, ob Frank die gleichen Vor- und Nachteile sieht 🧐
12:51

21.02.2020

Frank Demmer, LBS
Wir setzen nicht auf Alleinentscheidungen, sondern auf das Team. Wir sind mehr als 90 Jahre am Markt und haben rund 1.600 Mitarbeiter im Innen- und Außendienst. Da sind spontane strategische Kehrtwendungen nicht das Mittel der Wahl. Aber wir schauen uns junge Unternehmen immer gerne an, um neue Impulse zu bekommen und auch mal einen Partner zu gewinnen. Dabei bringen wir als Asset unsere Erfahrung und unseren großen Kundenstamm mit. Natürlich hilft uns diese langjährige Erfahrung auf der einen Seite dabei, marktreife Produkte aus Kundensicht zu gestalten und diese flächendeckend im Geschäftsgebiet einzuführen.
17:27

Martin Pieck
Aber ...?
17:59

Frank Demmer, LBS
Auf der anderen Seite werden die Innovationszyklen immer kürzer und es müssen zusätzlich zum Produkt auch noch neue (Vertriebs-)Kanäle aufgebaut werden. Die daraus abzuleitenden Anforderungen an Umsetzungskraft und Umsetzungsgeschwindigkeit stellen uns vor große Herausforderungen. Daher wird es bei uns im Hause zunehmend „normaler“, mit agilen Projektmethoden Themen einfach schneller voranzubringen. Sicher sind wir dabei noch nicht mit einem Start-Up vergleichbar. Allerdings merken wir zunehmend, dass diese Initiativen im positiven Sinn „ansteckend“ sind und wir so sukzessive an Umsetzungs-geschwindigkeit gewinnen. Diese Entwicklungen gilt es, aktiv weiter voranzutreiben – denn am Ziel sind wir noch nicht.
18:01

Martin Pieck
Was fehlt denn noch?
18:20

Frank Demmer, LBS
Ein weiterer wichtiger Faktor ist bereits heute unsere Veränderungsbereitschaft. Eine Kultur, neugierig und mutig zu sein, Dinge einfach mal auszuprobieren, Verantwortung zu übernehmen und Veränderungen aktiv zu gestalten, ist sicherlich in einem Unternehmen mit etablierten Strukturen schwieriger zu gestalten. Allerdings sehe ich für die Zukunft keine Alternativen: Veränderungsbereitschaft wird künftig eine unserer Kernkompetenzen sein.
18:30

– KARNEVALSPAUSE –

27.02.2020

Martin Pieck
Ich wünsche einen angenehmen Start in die Fastenzeit. Vielleicht war der Karneval ja nicht nur am Rhein und an der Ahr, sondern auch an der Elbe zu spüren 🤡 🤹. Ansonsten bitte ich um Verständnis für die kurze Auszeit 😅 Ich habe die Tage genutzt, mir noch einmal unseren Chat durchzulesen.
08:12

Martin Pieck
Ich würde gerne zu Beginn das bisher Gesagte nochmal aufgreifen: Man könnte es so lesen 🧐, dass Ihr Euch am Ende vom Tag gar nicht so uneins seid. Frank hält Christophs Geschäftsmodell in vielen Regionen zwar nicht für geeignet, aber Christoph sagt, dass sein Unternehmen ja offenbar denen eine Chance gibt, die bei Frank auf Grund des Alters keinen Kredit mehr bekommen. Ist das so?
08:14

Martin Pieck
Das ☝️ ist etwas zugespitzt. Ich habe nur herausgelesen, dass Eure Unternehmen auf dem Land eigentlich super zusammen-arbeiten könnten, während es in der Stadt eine Konkurrenz-Situation gibt. Ist die Zusammen-fassung zu simpel gedacht?
08:18

Frank Demmer, LBS
Entscheidend für uns bleibt die persönliche Beratung der Kunden – egal über welche Kanäle – um eine für die individuelle Lebenssituation passende Lösung zu finden. Dabei können wir vom Verkauf durch unsere Immobilienexperten bis hin zu Finanzierungen für energetische oder altersgerechte Modernisierungen alles aus einer Hand anbieten. Übrigens: Eine Altersgrenze für Kredite gibt es bei uns nicht – das ist mir jetzt zu „platt“ dargestellt.
22:17

Frank Demmer, LBS
Eine echte Konkurrenz sehe ich zwischen uns aktuell gar nicht. Christoph bietet ein Produkt, das für Kunden in bestimmten Lebenssituationen sicherlich passen mag. Wir bieten aktuell ein breites Portfolio von Lösungsansätzen, die wir den individuellen Bedürfnissen unserer Kunden entsprechend kombinieren.
22:24

28.02.2020

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Ich sehe auch keine Konkurrenz – wäre ja auch vermessen! Wir haben eine Nischenlösung für einen sehr bestimmten Use Case.
07:49

Martin Pieck
Bei dem es aber nicht bleiben muss?
08:02

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Sicherlich denken wir darüber nach, unser Angebot auszuweiten. Auch heute schon fühlen sich nicht nur Senioren von unserem Produkt angesprochen. Aber von der Breite einer LBS sind wir weit entfernt. Wir arbeiten auch mit vielen Banken zusammen. Also eher komplementär, würde ich denken.
08:10

Martin Pieck
Also ist Euer Modell nicht der Notnagel für die, die keinen Erfolg hatten beim Kreditantrag?
08:15

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Es geht oft nicht darum, dass man keinen Kredit bekommt. Das lasse ich immer nur ungern gelten. Denn in unseren Augen, nimmt man einen Kredit auf, um zu investieren. Investieren will ich aber als Senior vielleicht gar nicht mehr. Sondern einfach das Geld aus dem Immobilienvermögen ausgeben – habe ich mir ja lange hart erarbeitet. Einen Kredit zahle ich immer zurück. Das Geld, das die Kunden von uns erhalten, wird nicht zurückgezahlt. Denn wir kaufen ihnen ja einen Teil Ihres Vermögens ab. Mit dem Erlös können sie machen, was sie wollen.
08:20

Martin Pieck
Gut, dass wir das nochmal klargezogen haben.👍 Dann noch einmal grundsätzlich: Wir haben schon darüber gesprochen, was für Änderungen die Digitalisierung mit sich bringt. Wie ist es mit der Entwicklung beim Kunden selbst? Arbeitet ihr mit Zahlen, wie sich das Verhalten geändert hat in den letzten Jahren? Ändert sich beispielsweise die Zahl derer, die im Alter nochmal zwingend neues Geld benötigen? Oder erkennt ihr eine Entwicklung in dem Zeitpunkt, wann Eigenheimbesitzer die eigenen Wände abbezahlt haben? Wo geht es Eurer Einschätzung nach hin?
10:33

01.03.2020

Frank Demmer, LBS
Kaum ein Kunde artikuliert sein Bedürfnis in einem Letter-of-Intent. Aber fast alle Kunden hinterlassen heutzutage digitale Brotkrumen, die uns auf die richtige Spur bringen. Wir müssen unser Talent als digitale Spurenleser immer weiter verbessern. Darauf müssen wir natürlich reagieren: Unser Research „misst“ zum Beispiel in kürzeren Abständen und viel stärker zielgruppenorientiert. Außerdem befragen wir unsere Kunden viel häufiger direkt bzw. laden Sie z.B. in Fokusgruppen zu uns ein, um mit Ihnen über neue Produkte und Beratungsansätze zu sprechen.

Übrigens: Änderungen beim Kundenverhalten zum Zeitpunkt der letzten Tilgung für den Kredit für die eigenen vier Wände stellen wir flächendeckend bislang nicht fest.
16:13

06.03.2020

Martin Pieck
Guten Morgen und Danke fürs Warten 😊 Ich habe nochmal alles durch gegraben und da drängt sich noch eine Frage auf (@Christoph): Könnt Ihr Euch vorstellen, den Service auch als White- Label-Lösung anzubieten? (@Frank): Wäre das vielleicht ein interessantes Produkt für die LBS?
10:33

08.03.2020

Frank Demmer, LBS
Spannend. Für uns wäre das eine Frage des Vertrauens und der Verlässlichkeit in den Partner, aber natürlich auch des erwarteten Wertbeitrags. 😉
22:49

09.03.2020

Martin Pieck
Spannend ist jetzt auch die Antwort von @Christoph Neuhaus von Wertfaktor! 😊
10:33

10.03.2020

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Ja, sehr sogar. Wie schon geschrieben, arbeiten wir mittlerweile mit mehreren B2B-Partnern zusammen. Auf unterschiedlichste Art und Weise. Ein White-Label wäre sicherlich auch eine spannende Art der Zusammenarbeit.
15:25

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Mit einem solch erfahrenen und renommierten Partner wie der LBS wären wir natürlich sofort dabei.
15:28

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Wir sehen, dass sich die Zahl der älteren Immobilieneigentümer entsprechend des allgemeinen demographischen Wandels nach oben entwickelt. Wir haben rund fünf Millionen Immobilien als Gesamtmarkt identifiziert. Da unser Produkt schon heute keines ist, dass nur für ältere Menschen mit „zu wenig Rente“ in Frage kommt, nehme ich an, dass ein Großteil der fünf Millionen offen für unsere Lösung ist.
15:37

Martin Pieck
Also gönnt man sich heute eher was?
17:00

Christoph Neuhaus, Wertfaktor
Es ändert sich in jedem Fall die Haltung zu Eigentum und dazu „sich was gönnen“. So oft haben wir den Fall, dass die Kinder unserer Kunden bereits gut verdienen, eigene Immobilien haben etc. Warum sollten die Eltern da nicht das Ersparte und eingesetzte Immobilienvermögen einfach ausgeben? Und sich die Dinge gönnen, von denen sie schon immer geträumt haben. Auch wenn wir sicherlich auch Menschen haben, die nicht genügend Rücklagen haben, so haben wir deutlich mehr Kunden, die verstanden haben, dass es ihnen zusteht, das Immobilienvermögen zu genießen.
17:28

Martin Pieck
Spannend. Wenn es jetzt eine neue Kooperation gibt, verlangt Goldilocks natürlich keine Provision...😜
23:02

Das Interview führte Martin Pieck, finletter-Redakteur, für GOLDILOCKS – via WhatsApp.

Sparkasse

Gemeinsam helfen hilft.

GUTSCHEINE, DIE HELFEN.

Die Corona-Krise bedroht Menschen in allen Branchen. Nicht nur große Firmen, auch Kleinunternehmen und Freiberufler sind betroffen. Auf dieser Plattform begegnest du ihnen – und kannst helfen: mit dem Kauf von Online-Gutscheinen.

Jetzt kaufen. Jetzt retten. Später einlösen.

Ich will helfen ›

News

DEUTSCHE BANK, VR VENTURES, IMMOBILIEN-FINANZIERUNG

NEWS

LESEDAUER: **2 MIN**

PLATTFORMSTRATEGIE

DEUTSCHE BANK INVESTIERT ERNEUT IN MAKLERVERMITTLER

Im Kontext des neuen Investments wird Hausgold-Werbung künftig im Online-Banking bestimmter Kunden angezeigt.

WAS IST NEU?

Im Dezember hat die Deutsche Bank bekanntgegeben, das Unternehmen radikal umstrukturieren zu wollen. So soll beispielsweise das Thema Investmentbanking an Bedeutung verlieren, das Privatkunden-Geschäft allerdings wieder in den Fokus rücken. **Ein Teil der dahinter steckenden Plattformstrategie ist das Investment in Startups wie Hausgold.** Deren Dienstleistungen und Produkte erweitern das Angebotsportfolio der Deutschen Bank um Themen, die über klassische Bankangelegenheiten hinausgehen.

Hausgold bietet telefonische Beratung und vermittelt passende Makler an Personen, die ihre Immobilie verkaufen wollen. Bringt der Makler den Immobilienverkauf zum Abschluss, erhält Hausgold eine Provision. **Das Konzept hat die Deutsche Bank bereits Ende 2018 überzeugt – als sie das erste Mal in das im Jahr 2014 gegründete Unternehmen investierte.** Auch die inhaltliche Zusammenarbeit gestaltete sich offensichtlich für beide Seiten positiv, was die weitere Finanzierung durch die Bank im Dezember 2019 erklärt.

WAS DAS BEDEUTET

Die Deutsche Bank ist nicht unbedingt dafür bekannt, große Investments in Finanz- oder PropTech-Startups zu tätigen. An der Stelle sei nur kurz die Ausnahme um Deposit Solutions erwähnt: Fünf Prozent erwarb die Deutsche Bank im letzten Jahr an dem Einlagen-FinTech. Schaut man sich die anderen Investments der DB an, sind die Finanzierungssummen überschaubar. Allerdings wird deutlich, dass die Deutsche Bank Unternehmen eine Weile beobachtet und in Form von Kooperationen begleitet, eher bei jungen Unternehmen einsteigt und Themen mit Bedacht auswählt. Dabei verfolgt sie konsequent die eigene Plattformstrategie: nämlich ein Portfolio an Drittprodukten aufzubauen. Ziel ist hier ganz offensichtlich nicht, das für Kunden attraktivste Angebot zu schaffen, sondern auch einen USP zu den Wettbewerbern zu generieren, wenn nicht sogar einen uneinholbaren Wettbewerbsvorteil.

Was man daraus lernen kann:
Eine Kooperation muss nicht gleich mit einer Mehrheitsbeteiligung starten. Man kann und sollte vorher miteinander üben. Und sei es in Form einer simplen Produktkooperation. ■

Autorin: Stella Regna
finletter-Redakteurin

Autor: Clas Beese
Co-Founder von finletter

NEWS

LESEDAUER: **2 MIN**

WAGNISKAPITALFONDS

VR VENTURES – STRATEGISCHE BETEILIGUNGEN ALS INNOVATIONSTREIBER

Wenn es um Investitionen in Finanz-Startups ging, hielten sich regionale Banken bisher eher zurück. Das könnte der Vorstoß der Berliner Volksbank bald ändern.

WAS IST NEU?

Gemeinsam mit acht weiteren Genossenschaftsbanken und der Ideal Lebensversicherung startet die **Berliner Volksbank einen Wagniskapitalfonds namens VR Ventures** mit Fokus auf Prop- sowie FinTech. Mit der Ideal Lebensversicherung hat das Team hinter VR Ventures auch einen Investor an Bord geholt, der nicht Teil der genossenschaftlichen Finanzgruppe ist. Insgesamt haben sich die zehn Investoren mit insgesamt rund **€ 40 Millionen** am Fonds beteiligt. Investiert werde in Teams und Lösungen in ganz Europa ab der späten Seed-Phase, also wenn andere Geldgeber bereits den Start einer Firma finanziert haben.

WAS DAS BEDEUTET

Die Investoren sehen in erster Linie das wirtschaftliche und damit das finanzielle Potenzial – denn die **Renditeerwartung** liegt laut Vertretern von VR Ventures bei mehr als 13 Prozent. Zwei **Gratisboni** gibt es für die Initiatoren quasi dazu: a) **Frühindikatoren**, welche Prop- und FinTechs eine Resonanz am Markt finden und b) einen **frühen Zugang** zu eben diesen Startups, um als strategische Investoren gegebenenfalls die Leistungen der Startups in die eigenen Prozesse oder Portfolios aufzunehmen.

Autorin: Stella Regna
finletter-Redakteurin

Autor: Clas Beese
Co-Founder von finletter

NEWS

LESEDAUER: **2 MIN**

PRIVATE IMMOBILIENFINANZIERUNG

PROGNOSE 2025: JEDE ZWEITE BAUFINANZIERUNG WIRD ONLINE VERMITTELT WERDEN

Investors Marketing veröffentlicht Positionspapier zur wachsenden Bedeutung von Vermittlerplattformen – auch der ROPO-Effekt spielt eine Rolle.

WAS IST NEU?

Der Marktanteil digitaler Plattformen liegt in der Baufinanzierung aktuell bei etwa 30 Prozent. Laut Managementberatung Investors Marketing dürfte im Jahr **2025 bereits jede zweite Baufinanzierung online vermittelt werden**. In Deutschland teilen sich zwei große Plattformbetreiber den Markt: Europace, mit den Schwestergesellschaften Finmas und Genopace, sowie Interhyp.

Im Wettbewerb um die Kundenschnittstelle gewinnen Plattformen zunehmend an Bedeutung, auch wenn der eigentliche Abschluss nach wie vor überwiegend persönlich stattfindet. Aktuell spielt der ROPO-Effekt – **Research online & Purchase offline** – in diesem Kontext eine erhebliche Rolle: Kunden informieren sich online, setzen beim Abschluss dann aber doch auf persönliche Beratung.

WAS DAS BEDEUTET

Vergleichsplattformen stehen für Marktüberblick, für Unabhängigkeit und für bessere Konditionen als die Hausbank unter Umständen bereithält. Aber natürlich entscheiden sie sich auch für das Produkt der Hausbank, wenn der Vergleich ergibt, dass das Angebot fair ist und ihren Vorstellungen wie Anforderungen entspricht. Der Kunde geht aufgrund der Informationen auf Vergleichsplattformen besser informiert in ein Gespräch, erwartet mehr als gute Zinsen und setzt auf individuell zugeschnittene Angebote. **An dieser Stelle können Banken und Sparkassen mit ihrer Expertise trumpfen.**

Es ist unerlässlich, die Möglichkeit zu nutzen, als Produktanbieter, als Vertrieb oder in beiden Rollen Teil von Vergleichsplattformen zu sein. **Und besser noch:** Provisionen sparen und eine eigene Vergleichsplattform betreiben, die objektiv und fair alle Angebote berücksichtigt. Beispielhaft dafür: Finmas bietet unter anderem mit dem Produkt Baufismart den webbasierten Finanzmarktplatz der Sparkassen-Finanzgruppe. **Finmas ist ein Unternehmen, das auf gemeinsame Initiative des Ostdeutschen Sparkassenverbandes, OSV, und der Hypoport AG gegründet wurde.** ■

Autorin: Stella Regna
finletter-Redakteurin

Autor: Clas Beese
Co-Founder von finletter

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB

CREATE A VISION THAT MAKES YOU WANNA JUMP OUT OF BED IN THE MORNING.

Jordan Belfort,
Börsenmakler und Motivationstrainer

Gastbeitrag

BLOCKCHAIN IN DER REALEN WELT

GASTBEITRAG
Blockchain

PAUL-MARIA HÜLSMANN, CEO UND CO-GRÜNDER FINEXITY AG

BLOCKCHAIN IN DER REALEN WELT

Bitcoin, Ethereum oder doch lieber Ripple? Viele von Ihnen werden Bitcoin kennen, einige vielleicht auch noch Ethereum. Bei Ripple werden die meisten von Ihnen den Kopf schütteln. Doch was haben diese drei Kryptowährungen alle gemeinsam?

Die drei wertvollsten Kryptowährungen haben zum aktuellen Zeitpunkt* alle eine höhere Marktkapitalisierung als die Commerzbank AG. Bitcoin sogar fast um das 32-Fache. Obwohl Kryptowährungen sich bei einer Vielzahl an privaten und institutionellen Investoren als feste Assetklasse etabliert haben, ist das Potential der Blockchain-Technologie, die eine Kryptowährung in erster Instanz ermöglicht, bei weitem noch nicht vollständig ausgeschöpft.

Doch das wird sich in den nächsten Jahren grundlegend ändern: Die Blockchain-Technologie, insbesondere **das Konzept der Tokenisierung**, ist einer der Megatrends des 21. Jahrhunderts und wird die Finanzwelt revolutionieren. Genau wie das Internet den globalen Handel ermöglicht hat, wird das Konzept der Tokenisierung **„the unbankable, bankable"** machen. Und was heißt das genau? Viele der Vermögenswerte, wie zum Beispiel Immobilien oder Kunst, waren bis dato sehr illiquide und schwer handelbar aufgrund von langwierigen Kaufprozessen, papierbasierten Verwaltungsprozessen und verklausulierten Gebührenstrukturen. Die Möglichkeit, Vermögenswerte zu stückeln, sodass jeder einzelne ausgegebene Blockchain-basierte Token einen wirtschaftlichen Teil von einem bestimmten Vermögenswert repräsentiert, ermöglicht das Konzept der Tokenisierung.

BLOCKCHAIN ist als Technologie vergleichbar mit dem Internet. Das Internet ermöglicht einen Austausch von Informationen. Blockchain hingegen ermöglicht einen digitalen, manipulationssicheren, dezentralen und konsensualen Transfer von Werten. Die Technologie ist anzusehen als ein digitales Register, das einer Datenbank ähnelt, sich allerdings durch die dezentrale Verteilung auf mehrere Teilnehmer, unterscheidet.

In diesem Register werden Datenblöcke mit bestimmten Informationen verarbeitet. Das Besondere dabei ist, dass jeder nachfolgende Datenblock kryptografisch und somit verschlüsselt mit dem vorherigen Datenblock verbunden ist. **Wie eine Kette, bestehend aus einzelnen Gliedern, baut sich so eine Blockchain aus Datenblöcken auf.** Durch die Verschlüsselung der aufeinanderfolgenden Datenblöcke ist es nicht möglich, nachträglich einen Datenblock aus der Kette zu lösen und zu manipulieren. **Eine Manipulation würde aufgedeckt, weil die Verschlüsselung nicht mehr konsistent ist.** Alle Blöcke und Transaktionen sind zudem öffentlich einsehbar.

TOKENISIERUNG: DIE ZUKUNFT VON OFFENEN UND GESCHLOSSENEN INVESTMENT-VERMÖGEN

In Zukunft wird es kaum noch Finanz- und Vermögenswerte für den Privatkundenbereich geben, die nicht über die Blockchain verbriefert werden. Die Vorteile, die sich aus der digitalen Abbildung und Stückelung von Vermögenswerten ergeben, sind vielfältig. **Die digitalen Prozesse reduzieren den Aufwand und die Kosten der Kapitalanlage auf ein Minimum und ermöglichen es so, auch einzelne und sehr kleine Vermögenswerte kostengünstig zu stückeln und zu übertragen.** Im Vergleich zu offenen Fonds ersetzt die Blockchain bisher notwendige Globalurkunden und macht auch kostenintensive Bankdepots überflüssig. Die erworbenen Token werden unmittelbar über ein sogenanntes Wallet, eine digitale Brieftasche, verwaltet. Diese können dadurch ohne das Zwischenschalten von Intermediären wie Banken und anderen Finanzdienstleistern übertragen werden. Ebenfalls punktet die Tokenisierung in Sachen Sicherheit: **Beim Settlement** kann es durch das Ausschalten von Intermediären eine Übertragung von mehreren Tagen (T+2) auf wenige Minuten reduziert und damit die verbundenen Risiken drastisch reduziert werden.

Ebenfalls sollte nicht unterschätzt werden, dass Rechte und Pflichten aus tokenisierten Vermögenswerten in **Token Contract (Smart-Contract) programmatisch mit dem Token verknüpft werden können.** So kann die Übertragung nicht eingeschränkt, Stimmrechte können vergeben oder das Ausschütten von Dividenden sowie andere Corporate Actions hinterlegt und die Abwicklung automatisiert werden.

ZUKUNFTSBLICK: EIN BILLIONENMARKT

Wie groß der Markt für Tokens bei Assets sein wird, ist derzeit noch schwer abzuschätzen. Eine Umfrage des Weltwirtschaftsforums (WEF) ergab, dass die Mehrheit der Meinungsführer in der Wirtschaft erwartet, **dass zehn Prozent des globalen BIP (10 Billionen USD) bis 2027 auf der Blockchain gespeichert wird.** Eine Öffnung der Börsen, Banken und Asset Manager zur Tokenisierung mittels Blockchain ist für die Zukunft des Finanzmarktes unabdingbar.

NUR ZUKUNFTSMUSIK ODER BEREITS REALITÄT?

Es ist Realität: Regulierte Tokenisierungen existieren bereits in Deutschland. Als europäischer Vorreiter ermöglicht die Finexity AG sowohl Privat- als auch institutionellen Anlegern digital in selektierte Bestands- und Neubauimmobilien zu investieren, um wie ein Eigentümer von den Immobilienerträgen – Mieteinnahmen und Wertsteigerung – zu profitieren. Über den Sekundärmarkt haben die Anleger die Möglichkeit ihre digitalen Anteile jederzeit zu handeln – ohne zum Notar zu gehen und Grunderwerbssteuer zu bezahlen. Die Investition kann mit wenigen Klicks im Web oder per App getätigt werden. Aktuell betreut das Team der Finexity mit 25 Mitarbeitern über 6.000 registrierte Kunden und hat seit Jahresbeginn ein Immobilienankaufsvolumen von über 4,5 Millionen Euro über die Plattform

FINEXITY MEINT:
SPARKASSENORGANISATION + TOKENISIERUNG = 🚀

Blockchain-Technologie, insbesondere Tokenisierung, ist die Zukunft der Finanzwelt. Mit Finexity kann die Sparkassenorganisation den nächsten Schritt in die richtige Richtung nehmen, sich als Vorreiter in der neuen Finanzwelt etablieren und zum Beispiel mit einer eigenen Tokenisierungsplattform neue Kundenerlebnisse schaffen.

Wie das genau funktioniert?

Schreiben Sie mir hierzu gerne eine E-Mail an paul.huelsmann@finexity.com. Ich freue mich auf den Austausch!

*Stand: 06.04.2020 – 22 Uhr (Bitcoin: 132,71 Mrd. USD| Ethereum: 18,36 Mrd. USD| Ripple: 8,52 Mrd. USD| Commerzbank AG: 4,14 Mrd. USD)

GOLDILOCKS
WWW.GOLDILOCKS.DE
finletter
DURCH SPARKASSEN INNOVATION 4.0

Inside
IDEEN,
VISIONEN,
PRODUKTE

INSIDE STORY

LESEDAUER: 4 MIN

AUF DEM WEG ZUR FAIREN IMMOBILIENRENTE

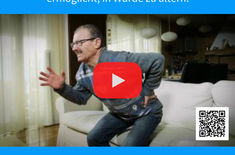
Für die Sparkassen gehört die Baufinanzierung zu den klassischen Geschäftsfeldern. Für uns vom Sparkassen Innovation Hub gehört es zur Mission, auch in diesem Bereich als Innovationstreiber aufzutreten.

Zuletzt haben wir uns daher in einer Product Discovery (PD) im Team mit Teilnehmern der Kreissparkasse Köln, der Hamburger Sparkasse, der LBS West, der Finanz Informatik, der DSV-Gruppe und des Sparkassenverbands Westfalen-Lippe mit dem Thema Baufinanzierung beschäftigt. **Unter dem Arbeitstitel "Baufi Reverse" ging es darum, gemeinsam eine Produktidee für das Prinzip der umgekehrten Baufinanzierung zu entwickeln.** Die Marktrecherche vor und zum Start der PD ergab: Die aktuellen Modelle aus den Bereichen Immobilien-Leibrente, Sale & Lease-Back, Umkehrhypotheken und Teilverkauf haben das Feld bereitet – auf den großen Durchbruch wartet das Prinzip allerdings nach wie vor.
Durch In-home Interviews und Online-Befragungen hatten wir schon vor dem Start unsere Nutzergruppen kennengelernt. Während der PD konnten wir durch weitere Nutzer-Recherchen mit Fokusgruppen und detaillierte Online-Befragungen eine Mission und einen anschaulichen Film als Basis für die Produktenwicklung erarbeiten.

MISSION

SPARKASSE ETABLIERT FAIRE IMMOBILIENRENTE

Nach dem Markteintritt von Allianz und Engel & Völkers zieht die Sparkassen-Finanzgruppe nach. Endlich ein Produkt, das der Kunde versteht, das Kapital freisetzt und es Immobilienbesitzern ermöglicht, in Würde zu altern.



Ein festes Element unserer Product Discoveries ist immer wieder die Customer Journey. Anhand dieser Reise von der Entwicklung des Kunden-bedürfnisses, über den ersten Kontakt mit dem Produkt, bis zum erfolgreichen Abschluss – in unserem Fall der Immobilienrente –, lässt sich sehr gut nachvollziehen, welche Wünsche Kunden der Zielgruppe haben und über welche Kanäle sich diesen idealerweise begegnen lässt.

CUSTOMER JOURNEY

Im Ergebnis lieferte die PD die Idee zu dem zu entwickelnden Produkt S-ImmoRente, das auf dem Modell einer Umkehrhypothek basiert.

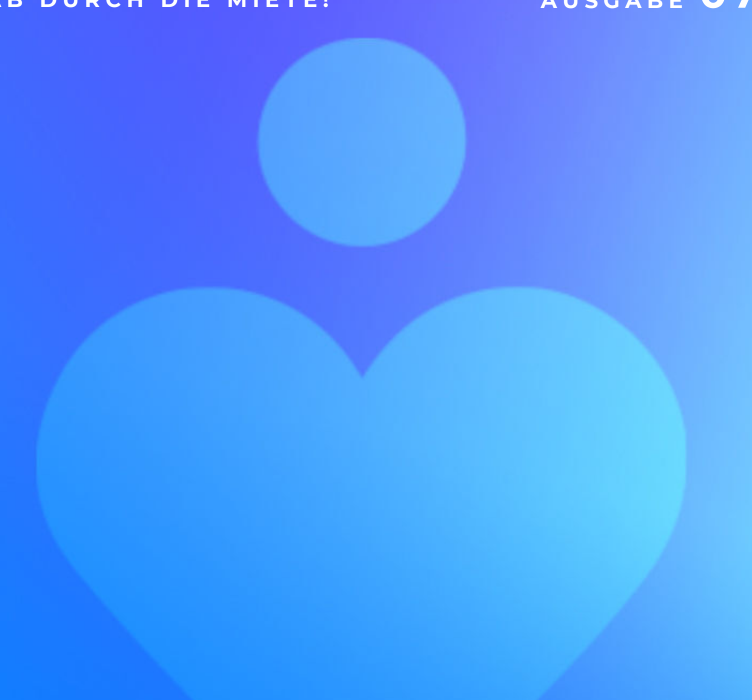
Dem Sparkassen-Kunden soll damit ermöglicht werden, auch im Alter in der eigenen Immobilie leben zu bleiben und dabei finanzielle Freiheit zu genießen. Die Zielgruppe umfasst aus unserer Sicht allein unter den bestehenden Sparkassen-Kunden hochgerechnet knapp **250 Tausend Menschen** mit Interesse an dem Produkt.

In nächsten Schritten streben wir eine Weiterentwicklung der Produktidee bis hin zur Pilotierung mit einer Sparkasse an. ■

Bei Interesse an der Idee und unseren Arbeitsweisen, sprecht uns gerne an!

Lukas Jaborsky, Product Owner, Sparkassen Innovation Hub

lja@starfinanz.de



CASE STUDY
LESEDAUER: 5 MIN

MIT GUTSCHEINEN GUTES TUN.

Der Sparkassen Innovation Hub launcht ein Online-Gutscheinportal als Hilfe für Handel und Gastronomie in der Corona-Krise

Die Coronavirus-Pandemie legte bereits große Teile Deutschlands lahm, da riefen eine Reihe von Organisatoren unter Schirmherrschaft der Bundesregierung zum großen **virtuellen Hackathon #WirVsVirus** auf. Gemeinsam wurden dabei Lösungen für die Krise entwickelt. **Auch ein Team des Sparkassen Innovation Hub (S-Hub) und der Sparkassen war vom 20. bis 22. März 2020 aus den Home-Offices dabei.** Die Idee: ein Online-Gutscheinportal, das dem besonders in seiner wirtschaftlichen Existenz bedrohten lokalen Handel hilft.

Kooperation in Zeiten des Coronavirus – Gemeinsam helfen hilft.

Zusammen mit dem Gutschein-Service-Anbieter Atento wurde die Idee im Anschluss an den Hackathon umgesetzt. **Innerhalb von wenigen Tagen wurde das Portal unter dem Motto "Mit Gutscheinen Gutes tun." gelauncht**. Betroffene Unternehmen wie Cafés, Friseure, Handwerksbetriebe oder Buchhändler können sich seitdem über die Website helfen.gemeinsamdadurch.de anmelden, ihre Unternehmensprofile erstellen und Gutscheine **im Wert zwischen 10 und 100 Euro zum Verkauf anbieten.** Den entsprechenden Erlös erhalten die Unternehmen sofort – Käuferinnen und Käufer der Gutscheine leisten so einen schnellen und effektiven Beitrag zum Schutz ihrer lokalen Unternehmen aus der Nachbarschaft. Zusätzlich können sehr einfach Poster gedruckt werden, mit denen auf die Aktion und die Gutscheine aufmerksam gemacht werden kann.

Aktuell sind **mehr als 200 Sparkassen und Verbundpartner** dabei und bieten die Gutschein-Initiative den lokalen Händlern und Kunden an. Weitere Kooperationspartner sind die Job-Community Staffbook, der Anbieter von Handwerkersoftware openHandwerk, das soziale Netzwerk Zwopr, die Agentur Schüngelschwarz, der IT-Dienstleister Binary sowie die deutschen Vertretungen von Microsoft, Google und Visa. **Das Gutschein-Portal wird nun laufend durch das S-Hub Team weiterentwickelt** und in den nächsten Wochen um zusätzliche Services und Hilfen für den Handel ergänzt.

Zur Plattform →

INTERVIEW

Direkt im Anschluss an den Hackathon #WirVsVirus entstand auf Initiative der Sparkasse Essen eine Kooperation zur Umsetzung der Plattform "Mit Gutscheinen Gutes tun."

Wir sprachen mit **Frank Weßing**, Leiter des dortigen Vorstandsstabs und zugleich Digitalisierungskoordinator des Instituts.

Wie waren Sie an der Entstehung der Gutschein-Plattform beteiligt?

Ich wurde an einem späten Donnerstagabend von einem Bekannten mit der Bitte angeschrieben, meine Einschätzung zu einem Projekt zu geben, das von den Firmen Binary und schüngelschwarz angestoßen wurde, um insbesondere Gastronomiebetriebe in der Coronavirus-Krise zu unterstützen. Es stand die Frage im Raum, ob das Projekt zusammen mit der Sparkasse Essen realisiert werden könnte. Die Idee war, eine regionale Gutschein-Plattform aufzubauen, über die betroffene Unternehmen ihre Stammkunden mit ganz leichten Mitteln ansprechen können. Ursprünglich hatten die Initiatoren an den Zahlungspartner Paypal gedacht, wir von der Sparkasse Essen schlugen aber gleich eine eigene Beteiligung vor. Genau an dem folgenden Wochenende fand vom 20. bis 22. März der große Hackathon #WirVsVirus unter Schirmherrschaft der Bundesregierung statt. Am Montag darauf sind wir durch einen Tweet des Sparkassen Innovation Hub darauf aufmerksam geworden, dass hier ebenfalls die Idee einer Gutschein-Plattform für die Sparkassen entwickelt wurde. Daraufhin haben wir die Partner vernetzt, wodurch auch der Lösungsanbieter Atento aus Berlin an Bord kam. Alle Beteiligten haben hier abends und auch am Wochenende grandiose Arbeit geleistet und sich durch moderne Medien stets miteinander vernetzt. Die digitalen Wege zwischen Hamburg, Berlin und Essen sind zum Glück erfreulich kurz. Bereits am darauffolgenden Montag war die Beta-Version online. Unter den ersten Unternehmen waren dann natürlich auch einige aus Essen.

Was war das Besondere am Entstehungsprozess?

Wir Sparkassen sind für stabile und gut funktionierende Lösungen bekannt; überragende Umsetzungs-geschwindigkeit oder schnelle verbandsübergreifende Lösungen werden uns jedoch noch nicht so häufig zugeschrieben. Hier jedoch ist genau das geschehen: Durch das Vernetzen von Sparkassen und externen Partnern konnten nicht nur die Infrastruktur und die Kommunikation für das Angebot superschnell abgestimmt, sondern auch – und das ist sicher genauso wichtig – die entscheidenden Kompetenzträger von dieser Lösung überzeugt werden. Hier war auch viel Mut dabei. Alle beteiligten Personen haben sich, sicher auch aufgrund des Handlungsdrucks in der Coronavirus-Krise, sehr schnell bewegt und das gemeinsame Ziel in Rekordzeit erreicht. Mittlerweile sind ja über 200 Sparkassen beteiligt, was beweist, dass wir eben doch alle an einem Strang ziehen können, wenn es darauf ankommt.

Welche Rückmeldungen erhalten Sie zu der Plattform?

Wir sind überwältigt von den Rückmeldungen der betroffenen Unternehmen. Ein besonders schönes Beispiel ist die Inhaberin eines Essener Friseurladens: Sie hat über die Innung von der Initiative erfahren und rief uns an, um zu erfahren, ob sie als Kundin einer benachbarten Sparkasse auch mitmachen könne – was natürlich problemlos möglich war. Einige Tage später meldete sie sich erneut und erzählte überglücklich, dass sie allein am ersten Wochenende 27 Gutscheine mit einem Gegenwert von fast 2.000 Euro über die Plattform absetzen konnte. Auch der Gastronomiebetrieb Sengelmannshof hat bereits viele Gutscheine verkauft. Der Besitzer Reinhard Schriever ist wiederum Vorsitzender des DEHOGA-Ortsverbandes Essen und verbreitet die Idee enorm weiter.

Welchen Nutzen können die Sparkassen aus dieser Erfahrung ziehen?

Sich in der Krise schnell und effizient zusammenzuraufen ist ein großartiges Signal für unsere Finanzgruppe und zeigt, dass wir zu noch viel mehr imstande sind. Aus unserer Sicht kann die Sparkassen-Organisation auf die Initiative unter dem Motto "Mit Gutscheinen Gutes tun." stolz sein. Wir sollten auch in Zukunft gemeinsam solche Projekte und Initiativen mutig anpacken, auch wenn es mal nicht so effizient und erfolgreich verlaufen sollte. Das gehört zu Innovationsprozessen schließlich dazu. ■

ANALYSE & VIERMAL PROPTECH-GOLD

Der Sparkassen Innovation Hub ist erste Andockstelle für FinTechs innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe und und baut sein Netzwerk zu Startups kontinuierlich aus.

Für diese GOLDILOCKS Ausgabe haben wir in Kooperation mit EY (Ernst & Young) den deutschen PropTech-Markt analysiert und uns auf die Suche nach vier hervorstechenden PropTechs gemacht.

ANALYSE

DIE CHANCE, DIE IMMOBILIENWIRTSCHAFT ZU MODERNISIEREN

Die deutsche Immobilienwirtschaft konnte auch im Jahr 2019 die anhaltend positive Entwicklung der vergangenen Jahre fortsetzen. Auf Grundlage der immer noch stabilen Wirtschaftslage und des günstigen Zinsumfeldes wurde weiterhin das Kapital in- und ausländischer Investoren angezogen.

Das Immobilien-Transaktionsvolumen ist auf einem Rekordniveau. Trotz einiger Diskussionen – wie zum Beispiel rund um die Mietpreisdeckelungen – ist die Stimmung auf dem Immobilienmarkt weiterhin als sehr optimistisch einzuschätzen. So zeigt es auch das Trendbarometer Immobilien-Investmentmarkt 2020 von EY Real Estate an. Chancen eröffnen sich für Marktteilnehmer jedoch nicht einzig auf Grundlage der hohen Attraktivität des heimischen Immobilienmarktes, sondern auch durch Veränderungen gesellschaftlicher Strukturen und Erwartungen sowie durch das Aufkommen innovativer Technologien und Arbeitsweisen im Rahmen der Digitalisierung.

In der Praxis liegt einer der wesentlichen Hinderungsgründe für Innovationen in oftmals geringen betriebswirtschaftlichen Anreizen etablierter Marktteilnehmer den Status Quo der Branche zu verändern. Zu stark profitieren diese Akteure von gegenwärtigen Marktfriktionen und ineffizienten Prozessen. Dadurch entstehen erhebliche Zeit- und Kostenmehraufwendungen für institutionelle und private Kunden.

PROPTECHS WOLLEN BRANCHE REVOLUTIONIEREN

Sogenannte PropTechs – also Startups, die technologiebasierte und digitale Geschäftsmodelle entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Immobilienwirtschaft entwickeln – drängen dennoch mit der Zielsetzung in den Markt, die Branche zu revolutionieren. Finanziell wird diese Entwicklung durchaus gefördert: Im Jahr 2019 konnten PropTechs laut EY Start-Up Barometer hierzulande insgesamt 167 Millionen Euro an Finanzierungsmitteln einsammeln.

Während also Gründer innovative Geschäftsmodelle entlang des gesamten Immobilienzyklus entwickeln, erwecken auch einige PropTechs, die aufgrund ihrer speziellen Rolle an der Schnittstelle von Immobilien- und Finanzwirtschaft arbeiten, hohe Aufmerksamkeit.

Hierzu lassen sich drei prägnante Entwicklungen aufzeigen:

1

Die steigende Attraktivität von Immobilien als Anlageklasse fordert neue Lösungsansätze.

Im Zusammenhang des anhaltenden Niedrigzinsumfeldes und der steigenden Nachfrage von Wohn- und Arbeitsraum in Ballungsgebieten sind Immobilienanlagen zwar weiter hoch interessant. Doch vor allem für private Anleger besteht durch hohe Eigenkapitalerfordernisse, Transaktionskosten und großen Zeitaufwand ein beschränkter Zugang zum Immobilienmarkt.

2

Der aufkommende Generationenwechsel und der damit verbundene Wertewandel bestärken das Verlangen nach einer individualisierten und flexiblen Lebensplanung sowie das Bedürfnis nach alternativen Lebensräumen und variablen Arbeits- und Wohnkonzepten.

Zusätzlich wird die größere Mobilitätsbereitschaft der Gesellschaft die Eigentümer- und Mieterfluktuation beeinflussen. Alexander Ubach-Utermöhl, Geschäftsführer des blackprint Boosters, sagt dazu: „Für Interessenten, die bei der Suche einer neuen Immobilie lokal weniger gut vernetzt sind, ist das fragmentierte und intrasparente Maklerangebot eine Herausforderung". Chancen ergeben sich daher in der Digitalisierung und Vereinheitlichung der klassischen Vermakelung, die für institutionelle und private Interessenten durch lokale Marktfragmentierung und hohe Intransparenz belastet ist. Interessenten wünschen sich, Information jederzeit aufrufen und Miet- sowie Kauftransaktionen mit geringem Aufwand und digital anstoßen zu können.

3

Insbesondere rund um den Finanzierungsprozess herrscht großer Optimierungsbedarf.

Sowohl für institutionelle Interessenten, zum Beispiel Projektentwickler, als auch für private Käufer ergibt sich bei der Finanzierung von Immobilien und Bauprojekten aktuell eine starke Abhängigkeit von etablierten Finanzdienstleistern. Traditionelle Finanzierungen sind häufig durch langsame, wenig vereinheitlichte und offline-getriebene Prozesse gekennzeichnet, die teilweise mehrere Wochen oder Monate in Anspruch nehmen. Großes Digital-isierungspotential ergibt sich vor allem bezüglich des Finanzierungprüfungs-prozesses in Form der Anbindung von APIs im Sinne von Open Banking. Interessenten machen bessere Erfahr-ungen auf Grundlage automatisierter Prozesse, geringerer Kosten und schnellerer Finanzierungsent-scheidungen. Finanzierer schärfen Risikoprofile durch automatisierte und erweiterte KYC-Prozesse und erhalten tiefe Einblicke in die finanziellen Gewohnheiten von Finanzierungs-partnern.

AUSSICHT UND EMPFEHLUNG

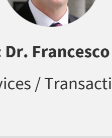
Die digitale Transformation der Finanzwirtschaft an der Schnittstelle zur Immobilienwirtschaft wird aufgrund der hohen Interkonnektivität der Branchen auch in den kommenden Jahren von außergewöhnlicher Bedeutung sein. Insbesondere bezüglich des Makler-, Einlagen- und Kreditgeschäfts, welche zum Kern des Geschäftsmodelles etablierter Finanzdienstleister – insbesondere auch der Sparkassen – zählen, werden technologische und soziokulturelle Neuerungen zu Veränderungen des Bankengeschäftes führen. Etablierte Marktteilnehmer sollten diese Entwicklungen fortlaufend beobachten, um nachhaltig erfolgreich am Markt zu agieren.

ÜBER EY

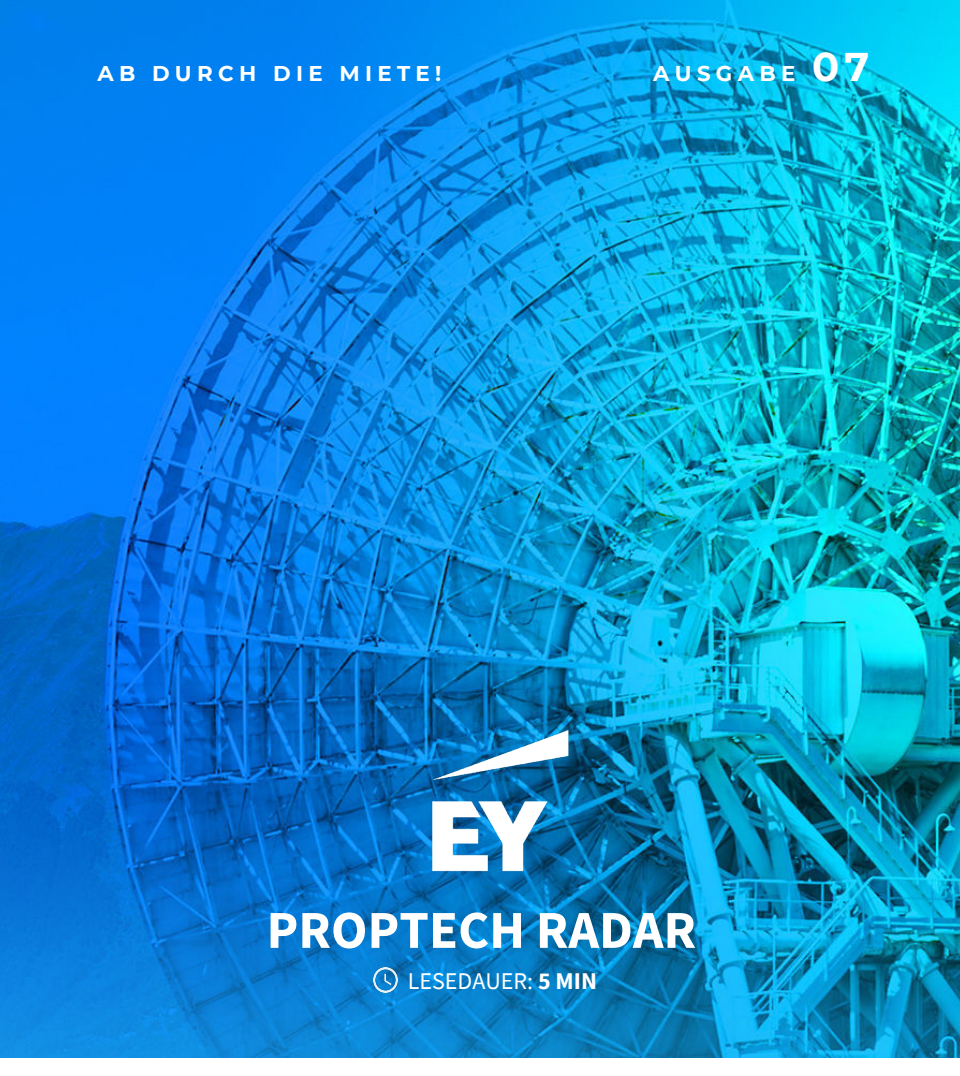
Wir unterstützen unsere Mandanten der Finanzindustrie bei den aktuellen Herausforderungen mit Leistungen aus einer Hand und mit unserem Branchen-Know-how. Sämtliche Bereiche und Funktionen, die sich mit Fragestellungen in den Bereichen Banken und Kapitalmärkte, Versicherungen sowie Wealth & Asset Management beschäftigen, haben wir in einer speziellen, weltweiten Finanzdienstleistungsgruppe (FSO) zusammengefasst.

Unser Dienstleistungsspektrum geht von der Wirtschaftsprüfung über die Steuer- und Transaktions-beratung bis hin zur Management- und der Immobilien-beratung – immer mit dem Fokus auf die Anforderungen des Finanzdienst-leistungssektors.

Zur Website →



Autor: Dr. Francesco Pisani
EMEIA Financial Services / Transaction Advisory Services



EY

PROPTECH RADAR

LESEDAUER: **5 MIN**

VIER STARS AUS DEM EY FINTECH UNIVERSUM

1

FINEXITY

Demokratisierung der Immobilienanlage

Das **PropTech Finexity aus Hamburg** tritt an, um die Immobilie als Anlageklasse zu „demokratisieren“. Investitionen sollen bereits ab geringen Beträgen ermöglicht, die Investitionsdauer drastisch verkürzt und die Marktliquidität in Form von Sekundärhandelsplätzen erhöht werden. Die Blockchain-Technologie wird verwendet, um sowohl **Transparenz in Form einer „Single Source of Truth “ zu erzeugen als auch über die sogenannte „Tokenisierung“ illiquide Vermögenswerte digital aufzuspalten.**

Zur Website →

2

REALBEST

Volldigitale Abwicklung von Immobiliendeals

Das in Berlin gegründete PropTech realbest entwickelt eine Plattform, die den gesamten (Ver)kaufsprozess von Wohnimmobilien privater Eigentümer digitalisiert – von der Bewertung, über die Inserierung, bis hin zur Vermakelung. Während (Ver)käufer insbesondere von einer schnelleren und transparenteren Kaufabwicklung profitieren, ergeben sich für Vermittler, wie zum Beispiel Makler, durch das digitale Marktnetzwerk neue Kontaktpunkten zu Ver(käufern).

Zur Website →

3

ZINSBAUSTEIN

Crowdfunding im Immobiliensektor

Das Online-Portal Zinsbaustein ebnet den Weg für die Finanzierung von Immobilienprojekten durch Crowdfunding und ermöglicht es Privatinvestoren bereits ab 500 Euro in Darlehen für Bauprojekte zu investieren. Das Unternehmen fungiert hierbei als Vermittler zwischen Investor und der Projektgesellschaft des Bauträgers. Der

Darlehensvertrag erfolgt über ein Nachrangdarlehen und wird somit zwischen Investor und Projektgesellschaft abgeschlossen. Neben der Vermittlerfunktion prüft Zinsbaustein alle Projekte durch interne und externe Immobilienexperten.

Zur Website →

4

MOOVIN

Digitalisierung der Vermietung

2012 wurde MOOVIN in Hamburg gegründet. Das PropTech bietet eine digitale Lösung für einen kosten- und zeitsparenderen sowie transparenteren Vermietungsprozess. Die entwickelte Software stellt ein All-Inclusive-Paket dar: Digitales Bewerbermanagement, inklusive intelligentem Matching von Mieterprofilen, Onboarding, Terminkoordination und Dokumentenmanagement werden durch Vor-Ort-Services wie Besichtigungsdurchführungen ergänzt. Von besonderem Interesse sind hierbei die bereitgestellten Schnittstellen zu einer Vielzahl von bekannten Immobilienportalen.

Zur Website →

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB

Short Tracks

5 FRAGEN, 5 ANTWORTEN

SHORT TRACKS

LESEDAUER 4 MIN

5 FRAGEN, 5 ANTWORTEN

Im dritten Teil unserer Interview-Serie "Short Tracks" gibt Lukas Jaborsky, Product Owner im Sparkassen Innovation Hub (S-Hub), Antworten auf unsere Fragen zu neuen Ideen im Bereich der Baufinanzierung.

01

WAS HAT ES MIT DEM BUZZWORD "EAT YOUR BRICKS" AUF SICH?

▶ Kurz und knapp: Damit wird das Prinzip beschrieben, eine eigene Immobilie im Alter an einen Anbieter zu überschreiben, aber weiterhin darin wohnen zu bleiben und eine Rente zu kassieren.

02

WELCHE FAKTOREN SPRECHEN DAFÜR, DASS DER MARKT FÜR DIESE "REVERSE BAUFINANZIERUNG" WACHSEN WIRD?

▶ Wir sehen, dass das Konzept in anderen Ländern, zum Beispiel in den USA und in Großbritannien, schon heute viel verbreiteter und erfolgreicher ist als in Deutschland. Zudem gibt es eine relativ große, spannende Zielgruppe, die sogenannten Silver Ager, die vom Alter und in Bezug auf ihren Lifestyle perfekt auf das Prinzip passen. Ein weiterer Faktor: Immer mehr Menschen, finden nichts dabei, ihren Immobilienbesitz, zumindest anteilig, nicht zu vererben, sondern in Form einer Rente selbst zu "verkonsumieren". Auch, weil die Folgegeneration häufig bereits eigenen Besitz hat und weniger auf Erbschaften angewiesen ist. Allerdings ist auch drohende Altersarmut ein relevanter Faktor. Für das Marktpotenzial haben wir übrigens allein 250 Tausend Sparkassen-Kunden ermittelt.

03

WELCHE IDEE HAT DER SPARKASSEN INNOVATION HUB FÜR DIESEN BEREICH ENTWICKELT?

▶ In einer Product Discovery haben wir vom S-Hub uns gemeinsam mit Teilnehmern der Kreissparkasse Köln, der Hamburger Sparkasse, der LBS West, der Finanz Informatik, der DSV-Gruppe und vom Sparkassenverband Westfalen-Lippe mit dem Thema "Baufi Reverse", also mit der umgekehrten Baufinanzierung, beschäftigt. Dabei kam die Idee einer Immobilienrente heraus, die auf dem Modell einer Umkehrhypothek basiert. Das Ziel ist, ein Produkt zu entwickeln, das die Kunden der Sparkassen verstehen, das Kapital freisetzt und es den Immobilienbesitzern ermöglicht, in Würde zu altern. Die Werte Sicherheit und (finanzielle) Freiheit werden dabei vereint. Das Produkt ließe sich über digitale, aber auch über klassische Kanäle vertreiben. Durch die Idee schließen wir eine Lücke zwischen Kauf und Verkauf einer Immobilie.

04

WELCHE WEITEREN TRENDS UND IDEEN WERDEN BEI DER BAUFINANZIERUNG WICHTIG?

▶ Die Zeiten, in denen die Leben unserer Kunden nach linearen, sehr ähnlichen Mustern verliefen, sind vorbei. Der Trend geht vielmehr zur Multigraphie. Statt der klassischen Reihenfolge Ehe, Haus, Kind und Rente, sehen wir heute, dass viele Ereignisse das Leben unserer Kunden durcheinander wirbeln. Dazu gehören Scheidungen, Umzüge oder zum Beispiel Sabbaticals. Auch Patch-Work- und weitere alternative Familienmodelle führen dazu, dass der Kunde von einer Baufinanzierung erwarten, dass sie sich an ihn anpasst und nicht umgekehrt. Änderungen der Raten, Vermietung der Immobilie, Abl öse oder Immobilientausch müssen heute einfach und unbürokratisch möglich sein.

05

WELCHES PROPTECH AUS DEM BAUFI-BEREICH HAT AUS DEINER SICHT DAS ZEUG ZUM ÜBERFLIEGER?

▶ Ich persönlich finde Figure aus den USA sehr spannend. Das PropTech hat ein Basis-Finanzierungsprodukt geschaffen und bietet seinen Kunden darauf aufbauend verschiedene flexible Produkte, zum Beispiel nach dem Sale & Lease Back Modell an. ■

Spotlight
ZUKUNFTSINSTITUT, S-TRUST, SPARKASSEN, INSURTECHS

SPOTLIGHT

LESEDAUER: **2 MIN**

DER CORONA-EFFEKT

Wie wird das Leben und Arbeiten nach der Pandemie?

Das Zukunftsinstitut hat vier Szenarien für die Wirtschaft und Gesellschaft in der Zeit nach der Coronavirus-Pandemie erarbeitet. In Videos, Textbeiträgen, Podcasts und einem White Paper haben die Zukunftsforscher dabei positive und negative Entwicklungen weitergedacht, um zu beschreiben, wie unterschiedlich es mittelfristig für uns weiter gehen könnte. Das Institut wurde bereits 1998 gegründet und gilt heute als einer der einflussreichsten Think Tanks der europäischen Trend- und Zukunftsforschung.

Zur Übersichtsseite →

S-TRUST

Das Zuhause für Ihre digitale Identität.

Eine ursprünglich aus dem S-Hub stammende Idee mit dem Namen SAM wird seit Januar 2020 als Pilot-Produkt der Deutscher Sparkassen Verlag GmbH gemeinsam mit fünf Sparkassen getestet. S-Trust ist die Cloud mit der Zuverlässigkeit der Sparkassen, um Dokumente und Passwörter sicher zu verwalten. Mit dabei ist unter anderem die Berliner Sparkasse, die S-Trust ihren Kunden anbietet. In der ersten Phase, der “Family-and-friends” Phase, haben sich schon fast 500 User registriert, die die weitere Entwicklung mit Feedback zur Passwort- und Dokumentenverwaltung unterstützen und den Weg zum Live-Gang für alle Sparkassen von Anfang an begleiten. Insgesamt sind bei allen Piloten mehr als 1500 User registriert.

Bei Fragen zu S-Trust wenden Sie sich bitte an **Rolf Burkart aus dem Birds Nest, dem Innovationslabor der Berliner Sparkasse.**

rolf.burkart@berliner-sparkasse.de

GEMEINSAM DA DURCH.

Wie die Sparkassen ihre Kunden durch die Corona-Krise begleiten

Die Corona-Krise und der damit verbundene Shutdown weiter Teile des öffentlichen und wirtschaftlichen Lebens belasten die Menschen in Deutschland. Für alle Sparkassen-Kunden wurde daher eine Themenseite eingerichtet, die alle wichtigen Informationen bündelt. Hier finden Privat- und Firmenkunden sowie Sparkassen-Mitarbeiter alles, was sie in der Corona-Krise wissen müssen.

Zur Themenseite →

INSURTECH STARTUPS

Aktualisierte Übersicht für den DACH-Raum

Das Finanzblog Paymentandbanking hat gemeinsam mit CyberDirekt eine aktualisierte Infografik veröffentlicht, die das Who-is-Who der Insurtech-Startups im DACH-Raum zeigt. Der Begriff InsurTech setzt sich aus den englischen Wörtern Insurance und Technology zusammen. Darunter versteht man also Versicherungsdienste, die mit digitalen Technologien arbeiten. Auch für den PropTech-Markt wäre eine solche Übersicht aufgrund des stetigen Wachstums mittlerweile hoch interessant.

Hinweis in eigener Sache:
Die nächste GOLDILOCKS-Ausgabe wird sich dem Thema InsurTechs widmen!

→

Zur Übersicht

Glossar

KURZ ERKLÄRT

GLOSSAR

LESEDAUER: 3 MIN

CROWDFUNDING

Als Crowdfunding wird eine Form der Finanzierung bezeichnet.

Dabei ermöglicht eine größere Personengruppe (engl. "Crowd", für Menge) die Finanzierung (engl. "funding") via Internet. Meist werden dabei über spezialisierte Online-Plattformen die Projekte beschrieben, Transaktionen abgewickelt und im Erfolgsfall Provisionen einbehalten.

KYC-PROZESSE

Die Abkürzung KYC steht für "Know your customer", also zu deutsch: kenne deinen Kunden.

Entsprechende Prozesse werden insbesondere für Kreditinstitute und Versicherungen vorgeschrieben und beinhalten eine Legitimationsprüfung von bestimmten Neukunden zur Verhinderung von Geldwäsche. Der Begriff kommt auch in anderen Wirtschaftsbereichen zur Anwendung, im Finanz- und Regulierungssektor wird er jedoch hauptsächlich für Customer Due-Diligence- und Compliance-Bedingungen verwendet.

NIESSBRAUCHSRECHT

Im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) gibt es drei Formen, die es Menschen ermöglichen, über Sachen, Vermögen oder Erbschaften zu verfügen: 1. Eigentum, 2. Besitz, 3. Nießbrauch.

Durch das Nießbrauchrecht wird jedoch grundlegend kein Vermögen an den Nutznießer übertragen. Laut Gesetzestexten ist der Nießbrauch in Deutschland das unveräußerliche und unvererbliche absolute Recht, die Nutzungen einer fremden Sache, eines fremden Rechts oder eines Vermögens zu ziehen.

PLATTFORMSTRATEGIE

Als Reaktion auf die Anforderungen der digitalen Transformation setzen Unternehmen häufig auf Plattformstrategien.

Dabei werden Anbieter und Nachfrager einer bestimmten Leistung oder Produktwelt über digitale Technologien miteinander verbunden. Im Ergebnis profitieren bei erfolgreichen Plattformstrategien mittel- und langfristig vor allem die Plattforminhaber, da sie nach und nach den Handel ersetzen.

PROPTECH

Ein Unternehmen, das den PropTechs zugeordnet wird, bietet Immobilien-Dienstleistungen mit einem technologischen Spin an.

Der Begriff basiert auf den Worten Property (deutsch: Immobilie, Eigentum) und Technology. In dieser Kategorie gibt es einen hohen Anteil von Startups.

TOKENISIERUNG

Die Tokenisierung von Vermögenswerten bezeichnet in der Finanzbranche den Prozess der elektronischen Stückelung und des "Handelbar-Machens" von Finanz- oder anderen Vermögenswerten.

Mithilfe der dabei verwendeten Distributed-Ledger-Technologie (DLT) beschaffen sich Unternehmen zum Beispiel Kapital für die Umsetzung eines speziellen Projekts oder Business Plans. Auch bisher illiquide Vermögenswerte aus den Bereichen Immobilien, Kunst oder Musikrechte können so handelbar gemacht werden.

WHITE-LABEL-

Ein White-Label-Produkt wird unter verschiedenen Namen beziehungsweise Marken angeboten.

Meist findet die Herstellung dabei nicht durch die Unternehmen satt, die es letztendlich vertreiben. Der Begriff stammt aus dem Englischen und bezeichnet ein "Weißes Etikett". Im digitalen Raum bezeichnet eine White-Label-Lösung die Einbindung eines fremden Dienstes in das eigene Angebot. Dabei erfolgt eine Anpassung von Layout und Struktur, so dass der originäre Anbieter des Dienstes nicht oder nur eingeschränkt ersichtlich wird. ■

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
S-FINANZ
SPARKASSEN-INNOVATION HUB

About

WAS WIR WOLLEN, WER WIR SIND

ABOUT

GOLDILOCKS

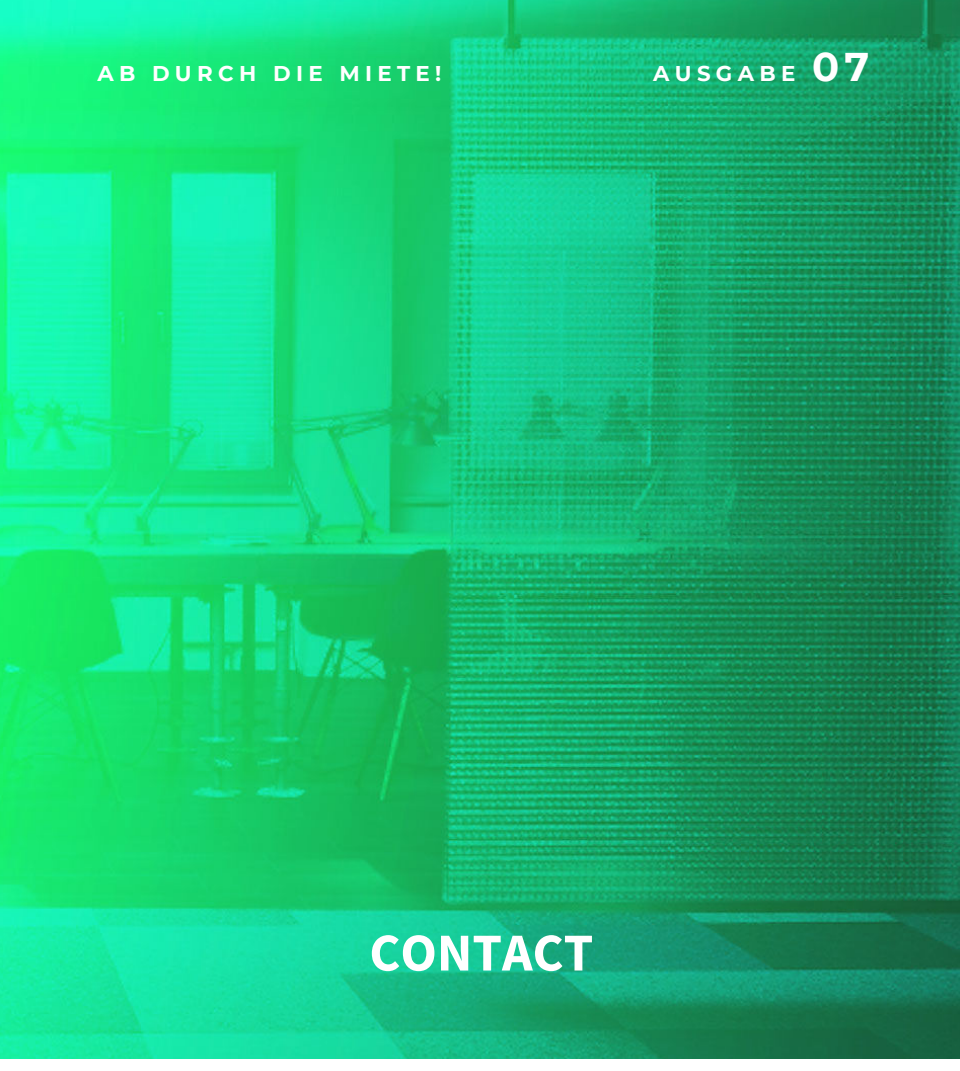
Der Begriff Goldilocks Zone bezeichnet den lebensfreundlichen Bereich in einem Sonnensystem. Dort kann Neues entstehen.

Im Zuge der **Digitalisierung** haben sich überall neue Zonen gebildet, die es zu beleuchten gilt. Genau da kommen wir ins Spiel. Regelmäßig werden wir ab sofort ein übergreifendes Thema behandeln – und wollen mit jeder Ausgabe einen Beitrag zu **innovativem Denken** und **besseren Zukunftsentscheidungen** leisten. Mit Hintergrund-Berichten, News, Interviews, Trend-Analysen und Produkt-Porträts zu den neuen Goldilocks der Finanzbranche. Unser Blick geht dabei über den Tellerrand der Finanzbranche hinaus – in Richtung der neuen **digitalen Lebenswelten**.

Der von der Finanz Informatik gegründete **Sparkassen Innovation Hub** bietet in Goldilocks Einblicke in seine Arbeit und Denkweise. Wir begleiten die Entwicklung neuer Produktideen und berichten von Kooperationen mit FinTechs und Innovatoren aus der ganzen Welt.

Die Journalisten von **finletter** stehen dabei für die unabhängigen redaktionellen Inhalte. Ihr Fachwissen für das Zukunftsthema **Fintech** hat den Newsletter-Service finletter zum führenden Branchen-Medium gemacht – und bildet die Basis für unsere Titelstorys und die aktuellen News.

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB



CONTACT

V.i.S.d.P.:
Sparkassen Innovation Hub

sparkassen-hub.com
twitter.com/sparkassen_hub
instagram.com/
sparkasseninnovationhub

Jens Rieken & Martin Schaffranski
Telefon +49 173 4362065
jens.rieken@starfinanz.de
martin.schaffranski@starfinanz.de

Star Finanz GmbH
Grüner Deich 15
20097 Hamburg

finletter

finletter.de
twitter.com/finletter

Clas Beese & Caro Beese
Telefon +49 174 3296206
clas.beese@finletter.de
caro.beese@finletter.de

finletter und Fintech Week GmbH
Versmannstr. 4
20457 Hamburg

copyright

Die Rechte an allen von uns erstellten Texten, Grafiken und sonstigen Unterlagen verbleiben bei der Star Finanz GmbH und der finletter und Fintech Week GmbH. Eine Übertragung von Rechten bedarf der schriftlichen Vereinbarung. Durch dieses Magazin werden keine Rechte übertragen. Das Magazin darf nicht weitergeleitet werden.

GOLDILOCKS
WIRD PRÄSENTIERT VON
finletter
SPARKASSEN INNOVATION HUB

FEEDBACK

WIR SIND NEUGIERIG

Schick uns gerne deine Meinung zu GOLDILOCKS, zu einzelnen Beiträgen oder deine Ideen, wie das Magazin noch besser werden könnte.

Jens Rieken

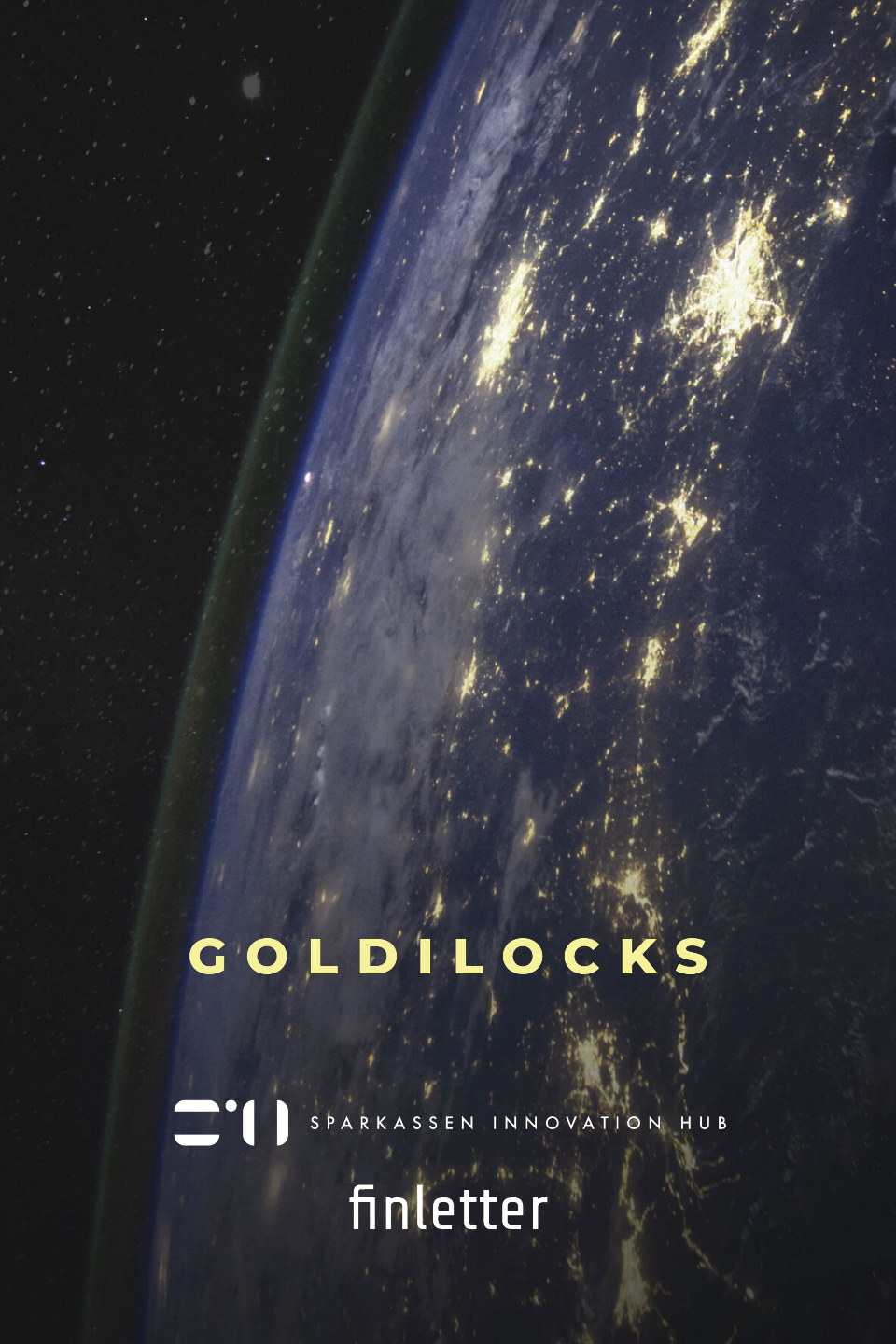
hallo@sparkassen-hub.com

GOLDILOCKS

WIRD PRÄSENTIERT VON

finletter

SPARKASSEN INNOVATION HUB


GOLDILOCKS
SPARKASSEN INNOVATION HUB
finletter