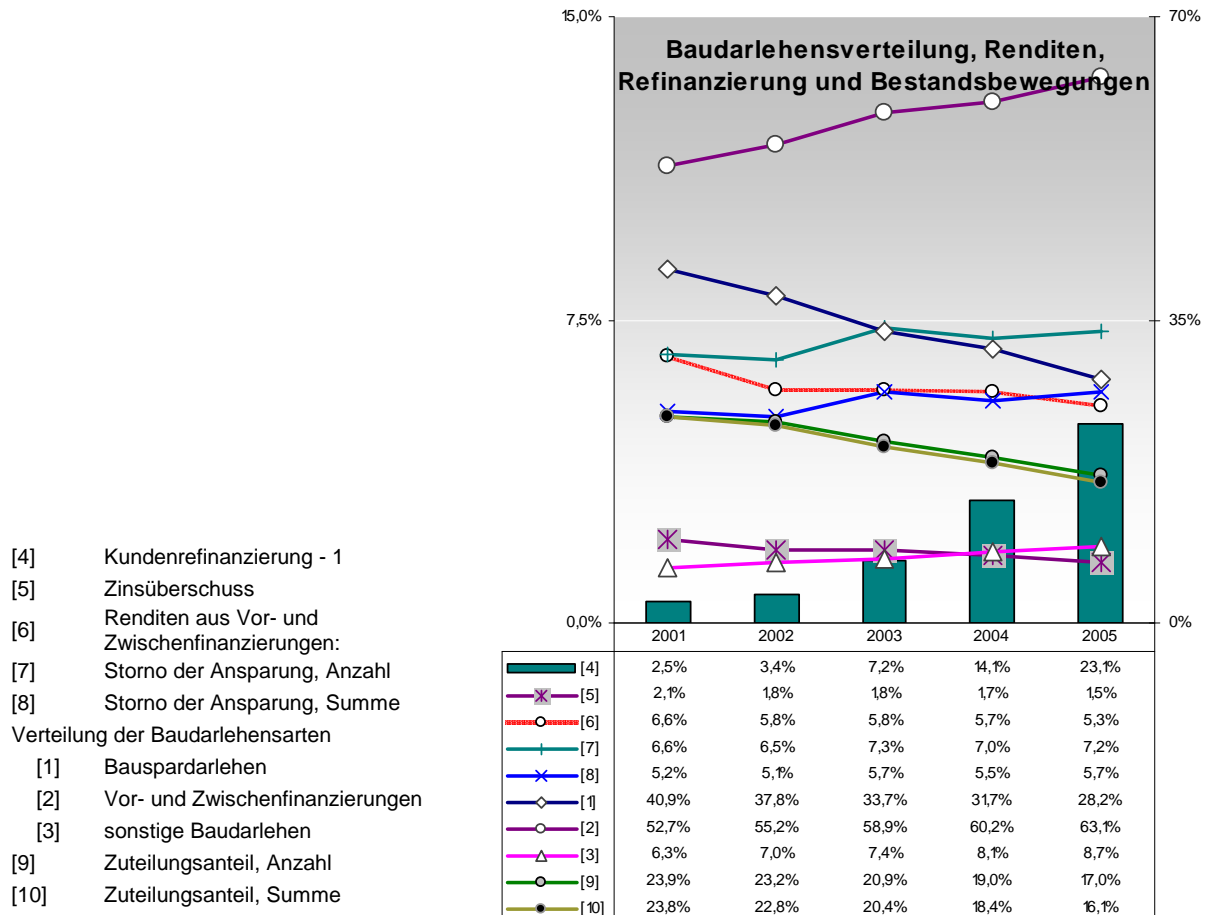


# Wandel in der Bausparwirtschaft 2001 bis 2005

## - Und Unternehmensempfehlung mit Anmerkungen zu einer Organizational Responsibility -

Dr. Robert Holz, Aktuar (DAV), <http://www.rankingweb.de>



### Abstract:

Mit der Übernahme der AXA durch die BHW Bausparkasse waren im Geschäftsjahr 2005 in Deutschland noch insgesamt 26 Bausparkassen tätig, 11 Landes- und 15 im Verband der privaten Bausparkassen zusammengeschlossene Bausparkassen.

Die dem oben entsprechenden Schaubilder sowie weitere Kennzahlen sind für alle Unternehmen mit den Exposés der Seite <http://www.rankingweb.de/Bauspar.html> gegeben.

Die Darstellungen hier nehmen interessante Entwicklungen auch des Bausparumfeldes auf und stellen einen Organizational Responsibility Rating-Ansatz vor.

## **Inhalt:**

- Einleitung
- Bausparumfeld
- Unternehmensempfehlung und Anmerkungen zu einer Organizational Responsibility

## **Einleitung**

Das Bausparen wird durch Bausparprämien und Arbeitnehmer-Sparzulagen für Einkommensschwächere gefördert. Das Bausparziel ist gegenwärtig seltener die Inanspruchnahme des Bauspardarlehens als mehr der Erhalt der Bausparförderung auf nach 7 Jahren beliebig Förderungsunschädlich verwendbarem Bausparguthaben.

Wie auch die Bafin im Jahresbericht 2005<sup>1</sup> feststellt, befinden sich die Bausparkassen jedoch aufgrund der ungünstigeren Finanzierungsverhältnisse des üblicherweise mit einem Zinsspread von 2% angebotenen Spar-/Darlehens-Verhältnisses noch in keiner Finanzierungsnotlage, da viele Bausparkassen nun auch Tarife mit Ansparszinssätzen von unter 2% anbieten was längerfristig konkurrenzfähige Darlehensbedingungen verspricht.

Wie das Schaubild oben verdeutlicht werden besonders aus einem auch weiterhin wachsenden Anteil an den Baudarlehen als Vor- und Zwischenfinanzierungen vergleichsweise hohe Renditen erzielt, wobei sich insgesamt die mit dem Bericht des Vorjahres aufgezeigten Entwicklungen im wesentlichen fortgesetzt haben, die ausführlich mit der Datei

<http://www.rankingweb.de/BausparEntwicklungen.pdf>

dargestellt sind.

## **Bausparumfeld**

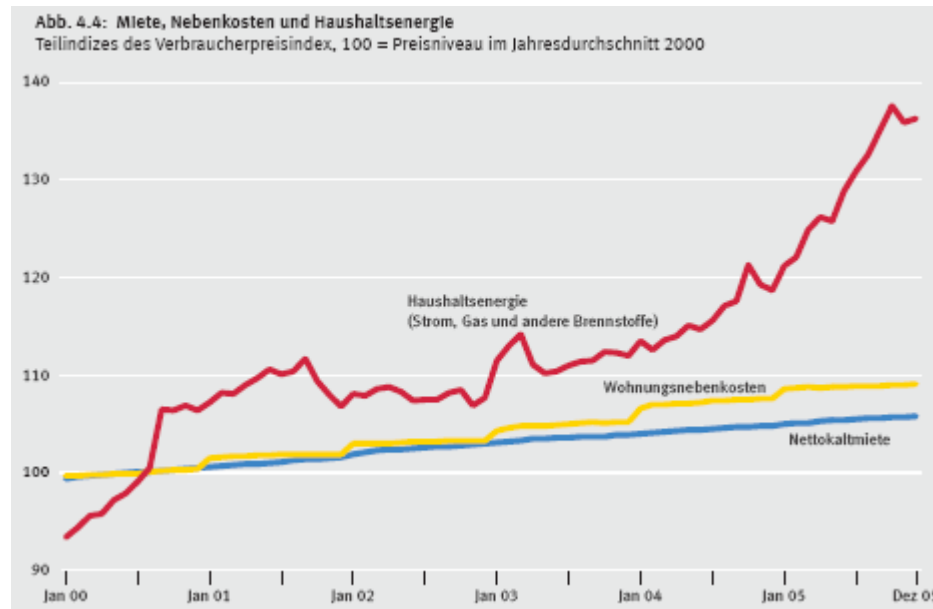
Die dem Statistischen Bundesamt sowie dem Jahresbericht des Verbandes der privaten Bausparkassen entnommenen Statistiken unten zeigen auf, dass während Nettokaltmieten und Wohnnebenkosten in etwa der allgemeinen Preisteigerung folgen, die Haushaltsenergiekosten besondere Preisteigerungen erfahren haben. Zahlreiche Förderprogramme sowie auch allgemein alternative Energieversorgungen, veranlassen so zum Überdenken von Energiekonzepten und lassen auch Finanzierungsbedarf entstehen.

Das allgemeine Kreditzinsniveau schmälert hingegen derzeit aufgrund historischer Tiefstände die Attraktivität der Inanspruchnahme von Bauspardarlehen.

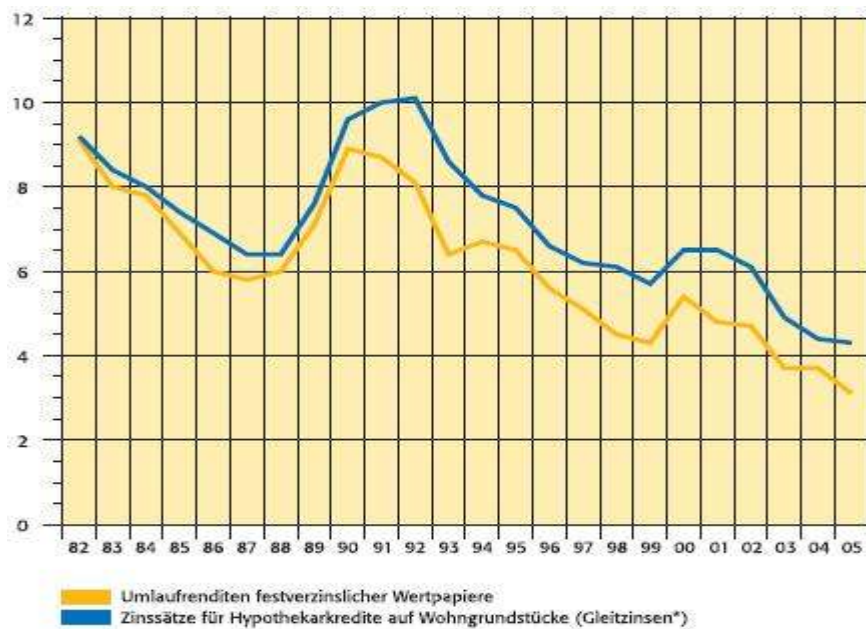
Wie auch die Skalendarstellungen der Seite <http://www.rankingweb.de/stadt.html> belegen, ist ein wesentlicher Treiber des Preisniveaus von Immobilienmärkten das Wanderungsverhalten, das wiederum wesentlich durch den Arbeitsmarkt bestimmt wird. An genannter Stelle zeigen dann erstaunlich Preisstatistiken der Landesbausparkassen, dass derzeit überwiegend noch stabile Verhältnisse auch im Bezug auf den Wertverfall von Altimmobilien bestehen, so zumindest in den großen Städten.

---

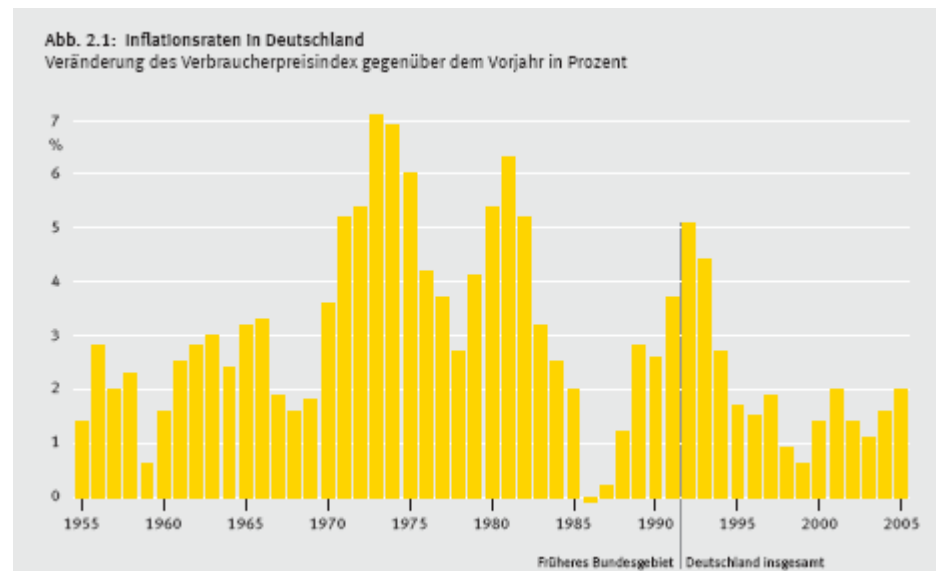
<sup>1</sup> Vgl. <http://www.bafin.de> hier Kapitel V des Jahresberichtes 2005 der **B**undesaufsicht für **F**inanzdienstleistungen.



Quelle: <http://www.destatis.de> Im Blickpunkt: Preise in Deutschland 2006, S. 40



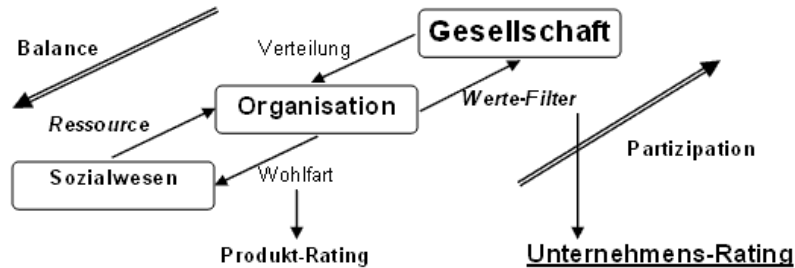
Quelle <http://www.bausparkassen.de>, Geschäftsbericht 2004, Zinsentwicklungen



Quelle: <http://www.destatis.de> Im Blickpunkt: Preise in Deutschland 2006, S. 12

## Unternehmensempfehlung und Anmerkungen zu einer Organizational Responsibility

### Rating und Organisationsstruktur von Gesellschaft



Quelle: <http://www.rankingweb.de/Buch.html>, WerteCluster 2006

Staatlich gefördert ist das Bausparen besonders für Einkommensschwächere eine attraktive wirtschaftliche Vorsorgemöglichkeit. Bausparkassen sind als Wirtschaftsunternehmen aufgrund der kollektiven Mechanismen der Leistungserbringung zur Gewährleistung dieser und zur Wahrung von Gleichbehandlungen besonderen Aufsichtsregularien verpflichtet.

Wie die Scorecards der Unternehmen zeigen<sup>2</sup>, nutzen die Unternehmen die verbleibenden Spielräume zur Erzielung eines unternehmerischen wirtschaftlichen Erfolges unterschiedlich, was nicht immer direkt auch deutlichen Einfluss auf den Kundennutzen nimmt.

Bestehen für Kunden Handlungsalternativen bei vergleichbaren oder verschiedenen akzeptablen wirtschaftlichen Angeboten, so können diese darüber hinaus mit bewussten Verbraucherentscheidungen, die über das wirtschaftliche Handeln der Unternehmen hinausgehen, Einfluss nehmen auf die demokratische Kulturfindung der sozialen Marktwirtschaft.

Mit den Beiträgen:

<http://www.rankingweb.de/Regio2003.pdf> (Zusammenfassung des Regionen-Rankings 2003<sup>3</sup>),  
<http://www.rankingweb.de/Unternehmensrating.pdf> und  
<http://www.rankingweb.de/Regio2005.pdf> (Zusammenfassung des Regionen-Rankings 2005<sup>4</sup>)

werden vom Autor allgemeine Tendenzen zur Ermöglichung eines politischen Konsums zur Wahrung und Bildung wünschenswerter kultureller Entwicklungen auch und besonders im Wirtschaftsleben aufgenommen und im Sinne einer Organizational Responsibility in allgemeine Rahmenbedingungen einer demokratischen sozialen Marktwirtschaft eingebunden. Nicht als starre kaum allgemein Konsens fähige Kriterien sondern als Rahmen für eine Sympathiebildung des Verbrauchs, der positiv Gemeinwesen orientiertes unternehmerisches Handeln belohnt, ist das WebPortal <http://www.rankingweb.de> bestrebt, den bezüglich ihrer wirtschaftlichen Erfolgsbilanzen dargestellten Unternehmen zu ermöglichen Kunden wie Vermittlern weitere Argumente für die Verbraucherentscheidungen an die Hand zu geben.


Die folgend dargestellte wirtschaftliche Unternehmensauswahl ist so zunächst auf der Basis der öffentlichen Informationen der Geschäftsberichte und Internetauftritte der Unternehmen für die im Sinne der Auswahl wirtschaftlichen Top-Unternehmen, beispielshalber um positive Verbrauchsargumente im Sinne einer Organizational Responsibility ergänzt.

<sup>2</sup> Vgl. <http://www.rankingweb.de/Bauspar.html>

<sup>3</sup> Vgl. R. Holz: „Regionen-Ranking 2003 – Vergleichende Sozial- und Wirtschaftsstatistik“, Shaker-Verlag 2004.

<sup>4</sup> Vgl. R. Holz: „Regionen-Ranking 2005 – Demographische Evaluation und Einblicke in das Matching von Entwicklungsbilanzen“, Shaker-Verlag 2005.

Die wirtschaftliche Auswahl filtert aus 26 in 2005 tätigen Bausparkassen 7 sowie die Landesbausparkassen insgesamt mit einem aus Kundensicht wirtschaftlichen Geschäftsgebaren<sup>5</sup>:

Übereinstimmung mit den Auswahlkriterien:	Kennzahl:	D: Zins Vor-, Zwischenfinanzierung	D: Kostenquote	D: mittlere Anspardauer	D: Storno Anspargung	D: ROE
		Gewicht:	2	1	1	1
Eigenschaft:		gering	nicht hoch	nicht hoch	nicht hoch	nicht hoch
 100%	Quelle Bauspar AG	5,1%	3,2%	3,6	3,2%	5,4%
100%	HUK-COBURG-Bausparkasse AG	5,4%	2,7%	3,5	4,1%	5,5%
98%	LBS Hessen-Thüringen	5,4%	3,0%	3,5	6,5%	2,2%
91%	LBS Rheinland-Pfalz	5,3%	3,2%	3,0	6,7%	6,5%
85%	Norddeutsche LBS Berlin-Hannover	5,5%	3,3%	3,6	5,8%	4,8%
79%	Bausparkasse Schwäbisch Hall AG	5,5%	3,0%	3,7	5,0%	2,6%
75%	LBS Hamburg	5,4%	3,5%	3,6	4,9%	8,2%
74%	_LBS_Bench(11)	5,5%	3,3%	3,6	6,1%	6,4%

### Wirtschaftliche Auswahl:

- Es ist der Zins der überwiegend vertriebenen Darlehensform, den **Vor- und Zwischenfinanzierungen**, als gewichtigstes Kriterium gewählt,
- die allgemeine **Kostenquote**, die aber unterschiedlich auf Produkte verteilt sein kann,
- die **mittlere Anspardauer**, die insbesondere für wirklich Bausparende bedeutend ist,
- das **Storno während der Anspargung**, das eine Beratungsqualität berücksichtigt
- und das zur Eigenkapitalbedienung zur Verfügung stehende Kapital (**ROE** Return on Equity), das nicht notwendig abfließt aber eine übertriebene Ansammlung von Eigenkapital zu Lasten der Kunden ausschließt.

Die Kennzahlen sind zur Berücksichtigung einer Nachhaltigkeit jeweils gemittelt über die zurückliegenden drei Geschäftsjahre und im Sinne von negativ Ausschlüssen betrachtet. Auch die Zusammenfassungen der Landesbausparkassen (11) und der privaten Bausparkassen (15) sowie des Gesamtmarktes (26) wurden bei der Auswahl berücksichtigt.

10%-Q	1	2	3	4	5	6	7	90%-Q	Gewicht		
0,053	---	--	-	o	+	++	+++	0,061	2,0	D: Rendite Vor-, Zwischen	
0,028	---	--	-	-	-	+	---	0,049	0,0	D: Kostenquote	
3,455	+	--	--	-	---	+	++	4,211	0,0	D: mittlere Anspardauer	
0,039	---	o	-	+++	+	+++	---	0,093	1,0	D: Storno Anspargung	
0,024	-	-	-	--	--	-	+++	0,112	0,0	D: ROE	
0,051	---	--	-	o	o	++	+++	0,058	0,0	Rendite Vor-, Zwischen	
0,039	---	+	-	+++	++	++	---	0,094	0,0	Storno Anspargung	
	QH		BLPS								
	4	6	9	3	1	4	2	Anzahl:		29	
	0,95	0,53	0,69	0,65	0,86	0,79	0,69	avg.-max-memb.		0,71	

Die Unternehmensauswahl beurteilt den Kundenzugang insgesamt und geht nicht auf spezielle Produktkonstellationen ein. Es ist eine spezielle streng am Markt ausgerichtete Auswahl. Im Punkt Sicherheit wird auf die Finanzaufsicht verwiesen. Welche Kriterien den Ausschluss der weiteren

<sup>5</sup> Zur Technik vergleiche die Publikationen "Bausparkassen 2003, 2004, 2005" (<http://www rankingweb.de/Buch.html>) oder am Beispiel der Regionalstatistik <http://www rankingweb.de/Downloads.html>

Unternehmen verursachen, ist mit den Scorecards der Unternehmen beurteilbar sowie auch mit dem Clustereergebnis oben, das unter anderem aufzeigt, dass die auf Durchschnittswerten basierende Unternehmensempfehlung im wesentlichen auch aktuell trifft und dass im Markt weitere vergleichbare Unternehmen existieren.

Mit der Datei <http://www.rankingweb.de/BausparSkalen2006.pdf> sind alle Kennzahlen der Unternehmensscorecards als Skalen dargestellt, in die die Marktzusammenfassungen, der Marktführer Schwäbisch Hall und die folgend betrachteten ausgewählten Unternehmen eingeordnet sind, so dass weitere Unternehmenseigenarten sichtbar werden.

## Argumente einer Organizational Responsibility für die

### Quelle Bausparkasse

"Dauerhafte Beziehungen gründen auf Vertrauen. Und Vertrauen entsteht im Dialog. ..",  
so im Geschäftsbericht 2006, S. 9

#### • Charakteristika

Die Quelle Bauspar AG ist als sogenannter Direktanbieter seit 1990 am Markt.

Die Quelle Bauspar AG arbeitet ohne klassischen Außendienst und Berät und vermittelt über das Internet, per Telefon und schriftlich. Laut Angaben des Unternehmens an 7 Tagen die Woche von 7h bis 22h.

#### • Kommunikation

Die Quelle Bauspar AG stellt die Leitenden Angestellten im Internet (<http://www.quelle-bausparkasse.de> / [Wir über Uns]) mit Bild Telefon-Durchwahl und eMail-Adresse vor.

#### • Mitarbeiter

zum Jahresende	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Anteil in Teilzeit tätig	42,9%	41,6%	48,9%	45,8%	48,1%	41,9%	34,1%
Teilzeitquoten der LBS-Gruppe	16,2%	17,0%	18,5%	20,0%	21,1%	21,1%	22,1%
Anteil Azubis		1,9%	4,2%	4,0%	5,3%	5,4%	4,5%
Azubiquoten der LBS-Gruppe	2,5%	2,1%	2,1%	2,5%	3,1%	3,4%	3,7%

Laut Angaben des Unternehmens Beschäftigte die Quelle Bauspar AG in 2004 auch ca. 10% der männlichen Mitarbeiter gegenüber 4,1% der LBS-Gruppe in Teilzeit.

#### • Sponsoring

Laut Angaben des Unternehmens verwendete die Quelle Bauspar AG Ihr gesamtes Sponsoring-Budget von 35 T€ im Geschäftsjahr 2004, das sind 1,63% des Jahresüberschusses, ausschließlich für das Sportsponsoring.

#### • Aktuelle über das Internet dokumentierte Initiativen (<http://www.quelle-bausparkasse.de>)

- 1: Klimaschutzkampagne
- 2: Unterstützung der Madeleine Schikedanz-KinderKrebsstiftung
- 3: Kommunikative Unterstützung regionaler Kulturereignisse

Unter der Rubrik Fördermittel / Geld vom Staat wird ausführlich zum Thema informiert, dies sowohl bezüglich der Förderung des Bausparens wie auch zur Finanzierungsförderung.

#### • Ratings: In 2006 Finanztest, Geld idee,

## **HUK-Coburg-Bausparkasse**

[www.huk-coburg.de](http://www.huk-coburg.de) : ".. Wir haben uns niedrige Kosten auf unsere Fahnen geschrieben - zum Vorteil unserer Kunden. ... Die HUK-Coburg ist ein fortschrittlicher und sozialer Arbeitgeber"

- **Charakteristika**

Die HUK-Coburg-Bausparkasse AG zählt in 2005 das 15.-te Geschäftsjahr.

- **Kommunikation**

Die HUK-Coburg stellt ihre Vorstände im Internet (<http://www.huk-coburg.de> / [Wir über Uns]) mit Bild Geburtsdatum, -ort, Eintritt in das Unternehmen und Zuständigkeit vor.

Die HUK-Coburg Bausparkasse stellt sich als Teil der HUK-Coburg Gruppe dar, diese verfügt über einen Vertriebsaußendienst. Vertragsänderungen und ein HUK-Check können auch über das Internet vorgenommen werden.

- **Mitarbeiter**

In 2005 waren 113 Mitarbeiter beschäftigt (Vorjahr 111), 74 Frauen und 39 Männer, ca. 31% im Vertriebsaußendienst.

Die HUK-Coburg-Gruppe erhielt am 21. Juni 2005 das Grundzertifikat zum Audit berufundfamilie ®

- **Sponsoring** Nicht dargestellt.

- **Ratings:** In 2003 von Finanztest

Die Unternehmen sind aufgerufen mit weiteren Organizational Responsibility Argumenten zu werben.