Banken setzen auf Immobilien

Banken setzen auf Immobilien

Die Banken in Deutschland und Österreich engagieren sich wieder stärker in der Immobilienfinanzierung. 56 Prozent der Kreditinstitute wollen in diesem Bereich in den kommenden drei Jahren nennenswerte Investitionen vornehmen. Ein Jahr zuvor lag dieser Wert noch bei 49 Prozent . Rückläufig ist hingegen das Engagement im Investmentbanking, im Wertpapiergeschäft und in der Vermögensverwaltung. Dies zeigt die Studie "Branchenkompass 2012 Kreditinstitute" von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut.
"Die Banken reagieren auf die wachsende Nachfrage durch private Häuslebauer, die sich mit dem sogenannten Betongold vor Inflationsgefahren schützen wollen", sagt Thomas Saalmüller, Banken-Experte bei Steria Mummert Consulting. Dementsprechend wollen vor allem Kreditinstitute, die vornehmlich Privatkunden bedienen, von der wachsenden Nachfrage nach privatem Wohneigentum profitieren: 59 Prozent dieser Gruppe wollen in ihre Immobilienfinanzierung investieren. Unter Banken mit Firmenkundenfokus sind es hingegen nur 37 Prozent.
Steria IT-Consulting-Experte Thomas Saalmüller sieht noch einen weiteren Grund für das wachsende Engagement in der Immobilienfinanzierung: "Nach den Erfahrungen mit der Finanzkrise und im Angesicht der schärferen staatlichen Regulierung von riskanten Geschäftsbereichen konzentrieren sich die Banken jetzt wieder stärker auf ihr traditionelles Kerngeschäft."
Das steigende Engagement in der Immobilienfinanzierung ist nur ein Indikator für die Rückbesinnung der Banken auf ihre klassischen Stärken. Auch das Kreditgeschäft mit Firmenkunden soll ausgebaut werden: Mehr als zwei Drittel der befragten Geldhäuser planen hier in den kommenden drei Jahren nennenswerte Investitionen. Innerhalb eines Jahres ist dieser Wert um neun Prozentunkte gestiegen. Auf hohem Niveau stabil bleiben in dieser Hinsicht die Finanzberatung, sowohl für Privat- (63 Prozent) als auch für Firmenkunden (62 Prozent), sowie Altersvorsorgeprodukte (57 Prozent) und das Kreditgeschäft mit Privatkunden (56 Prozent).
Rückläufig ist die Investitionsbereitschaft hingegen in Bereichen jenseits des traditionellen Bankgeschäfts: Nur noch 41 Prozent der befragten Finanzinstitute planen für die kommenden drei Jahre Ausgaben für ihr Wertpapiergeschäft, gegenüber 58 Prozent im Vorjahr. Der Anteil der Banken, die neue Aufwendungen für die Vermögensverwaltung vornehmen wollen, sinkt von 47 auf 30 Prozent. Vor allem im Investmentbanking setzt sich ein jahrelanger Abwärtstrend fort: Nur noch acht Prozent der Befragten wollen diesen Bereich ausbauen, nach zwölf Prozent im Vorjahr. 2007 wollte noch ein Fünftel der Kreditinstitute in diesen Bereich investieren.
Insgesamt sieht Marktkenner Thomas Saalmüller das aktuelle Comeback der Immobilienfinanzierung in Deutschland aber als temporäre Erscheinung an: "Die Gründe sind in den aktuellen Entwicklungen an den Kapitalmärkten und der spezifischen Situation im EU-Währungsraum zu suchen. Mittel- bis langfristig sollten sich Banken an den spezifischen Anforderungen des deutschen Marktes ausrichten, um in der Immobilienfinanzierung erfolgreich zu bleiben. Das Angebot sollte sich insbesondere an den demographischen und regionalen Entwicklungen ausrichten: In Zukunft wird es nicht nur zu einer weiteren Bevölkerungskonzentration in den Ballungsräumen kommen - es werden auch verstärkt spezifische Angebote für eine alternde Gesellschaft nachgefragt werden. Und neben Neubauten spielt gerade in Deutschland auch die substanzerhaltende Gebäudesanierung eine immer wichtigere Rolle. "
Hintergrundinformationen
Für die Studie "Branchenkompass 2012 Kreditinstitute" von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut befragte Forsa im August und September 2012 120 Entscheider aus 120 Kreditinstituten in Deutschland und Österreich. Die Institute gehören zu den nach ihrer Bilanzsumme größten im Land. Sie repräsentieren die drei Säulen der deutschen Kreditwirtschaft: Sparkassen, Genossenschaftsbanken und Kreditbanken. Die Entscheider wurden zu den Branchentrends sowie zu den Strategien und Investitionszielen bis 2015 interviewt. Befragt wurden jeweils die Vorstandsvorsitzenden, Vorstandsmitglieder, die Geschäftsführer, die Leiter der Unternehmensentwicklung, die Leiter von Finanzen und Controlling oder die Vertriebs- und Marketingleiter. Die Befragungen wurden mit der Methode des Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) durchgeführt. Der Branchenkompass erscheint in Deutschland jährlich seit 2002.

c/o Faktenkontor GmbH
Hans-Henny-Jahnn-Weg 29
22085 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 [0] 40/22703-0
Telefax: +49 [0] 40/22703-7961
Mail: info@faktenkontor.de
URL: http://www.steria-mummert.de
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=523385" width="1" height="1">

Pressekontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Firmenkontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Warum nennt sich eine PR-Agentur Faktenkontor? Weil Fakten über Kommunikationserfolge entscheiden. Journalisten suchen Fakten. Entscheider suchen Fakten. Kunden suchen Fakten. Wer harte Nachrichten, Entscheidungsgrundlagen und Nutzwertargumen-tationen sowie spannende Geschichten liefert, setzt sich durch. Deshalb basiert unsere Kommunikationsarbeit für Pressestelle und Vertrieb unserer Kunden auf harten gründlich erhobenen Fakten.In hanseatischer Tradition nennen wir uns Faktenkontor. Das Kontor steht für hanseatisches Kaufmannstum, ein Selbstverständnis auf das sich unsere Kunden im täglichen Miteinander unbedingt verlassen können.Wie entstand das Faktenkontor? Das Faktenkontor ist aus der Unternehmensberatung Mummert Consulting hervorgegangen. Anfang 2006 firmierte die am 1. Januar 2003 gegründete Mummert Communications in Faktenkontor um.