

Wie digital darf Baufinanzierungsberatung sein?

Digitale Prozesse haben die Baufinanzierungsberatung effizienter gemacht – doch Geschwindigkeit ersetzt kein Vertrauen. Ein Marktkommentar von Roland Gisinger (HW BAUFI Finanzgruppe) ordnet ein, wo Online-Beratung echten Mehrwert schafft und warum komplexe Finanzierungsentscheidungen weiterhin persönliche Einordnung brauchen.



Quelle: HW BAUFI Finanzgruppe GmbH

Die Verheißung von Effizienz

Unbestreitbar ist: Online-Beratung hat die Prozesse hinter einer Baufinanzierung effizienter gemacht. Angebote lassen sich schneller vergleichen, Zinsen in Echtzeit sichern, Unterlagen strukturiert hochladen und innerhalb von Sekunden teilen. Was früher mehrere Termine und Telefonate erforderte, lässt sich heute in wenigen Schritten erledigen. Gerade bei klaren Einkommensverhältnissen, standardisierten Objekten und stabiler Bonität spielt die digitale Strecke ihre Stärken aus. Prozesse werden günstiger, Entscheidungen schneller, Fehler durch Medienbrüche seltener. Wer diese Entwicklung kleinredet, verkennet, wie sehr Effizienz mittlerweile ein Qualitätsmerkmal darstellt.

Was der Bildschirm nicht sieht

Gleichzeitig stößt jedoch jede rein digitale Beratung dort an Grenzen, wo Zahlen allein nicht mehr ausreichen – denn Baufinanzierungen stellen nur selten rein mathematische Aufgaben dar. Sie sind geprägt von Lebensentwürfen, Unsicherheiten und individuellen Risikoprofilen. Ein digitales Formular erkennt keine Zweifel bei der Zinsbindung oder unausgesprochene Sorgen vor Einkommens- oder Lebensveränderungen. In der persönlichen Beratung entstehen oft genau an diesen Stellen entscheidende Gespräche. Nicht jede Finanzierung, die sich rechnerisch tragfähig aufbaut, ist auch langfristig tragbar. Diese Differenz sichtbar zu machen, bleibt eine menschliche Stärke.

Beratung oder Abwicklung?

Zwei zentrale Aspekte werden in der Diskussion häufig vermischt; doch Beratung und Abwicklung sind nicht dasselbe. Viele Online-Anbieter leisten hervorragende Arbeit in der Abwicklung, sprechen dabei von Beratung, meinen aber eigentlich Prozessbegleitung. Das ist legitim, solange es transparent bleibt. Beratung im engeren Sinne bedeutet jedoch, Alternativen aufzuzeigen, Risiken klar zu benennen und auch unbequeme Fragen zu stellen. Das kostet Zeit und widerspricht mitunter der Logik maximaler Abschlussquoten, die bei digitalen Modellen oftmals das Tempo diktieren. Sie tendieren dazu, Komplexität so weit zu reduzieren, bis sie als systemfähig gilt. Das ist effizient – aber nicht immer ausreichend.

Vertrauen entsteht nicht durch Ladebalken

Baufinanzierung ist und bleibt ein Vertrauensgeschäft. Menschen binden sich finanziell oft für Jahrzehnte; meist mit Summen, die weit über allem liegen, was sie zuvor bewegt haben. Dieses Vertrauen entsteht definitiv nicht durch intuitive Oberflächen oder positive Nutzerbewertungen. Es entsteht durch Dialog, durch Widerspruch und durch das Gefühl, mit seinen Sorgen, Ängsten und Wünschen ernst genommen zu werden. Digitale Beratung kann Vertrauen schaffen, wenn

sie bewusst Raum dafür lässt. Wo sie den Kunden jedoch lediglich durch die Prozesse schiebt, entsteht zwar Effizienz, aber keinerlei Bindung.

Die Zukunft liegt nicht im ‚Entweder-oder‘

Die entscheidende Frage lautet daher nicht, ob digital oder persönlich, sondern, ob ein hybrides Modell sinnvoll kombiniert oder schlecht umgesetzt wird. Integrative Arbeitsweisen, die digitale Effizienz mit fachlicher Tiefe verbinden, bieten das größte Potenzial. Standardisierte Schritte lassen sich digital abbilden, komplexe Entscheidungen profitieren von persönlicher Einordnung und bilden eine natürliche Symbiose. Die Branche sollte weniger über Kanäle diskutieren und stärker über Qualität, denn auch, wenn Teile davon automatisiert werden können: Baufinanzierung ist kein Massenprodukt.

Über den Autor: Roland Gisinger ist geschäftsführender Gesellschafter der [HW BAUFI Finanzgruppe GmbH](#). Nach seiner Ausbildung zum Kaufmann der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft bei Haus & Capital in Wiesbaden sammelte er umfangreiche Erfahrung in der Finanz- und Immobilienbranche, in der er seit über 27 Jahren erfolgreich tätig ist. Im Jahr 2004 trat er als Immobilienfinanzierungsberater der HW BAUFI Finanzgruppe bei und war unter der Marke BauFI Direkt tätig. Bereits ab 2006 übernahm er als Geschäftsführer und Gesellschafter die Verantwortung für den bundesweiten Markenaufbau. Heute leitet er als Geschäftsführer der HW BAUFI Finanzgruppe GmbH die strategische Ausrichtung und Weiterentwicklung des Unternehmens.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4947693/Wie-digital-darf-Baufinanzierungsberatung-sein/>