



Update Prolongationsstudie 2026

Ein faktenbasiertes Plädoyer für Kundenbindung,
Kundengewinnung und Margenschutz

Dr. Steven Kiefer
Hendrik Tacke
Jonathan Schöck

simon-kucher.com

SIMON 
KUCHER
Unlocking better growth

Inhalt

Vorwort	3
Management Summary: Die wesentlichen Erkenntnisse für eilige Leserinnen und Leser	7
Rückblick auf die Prolongationsstudie 2025	14
Einfache Frage, komplexe Antwort – wie groß ist die Prolongationswelle wirklich?	18
Auswirkungen der veränderten Zinslandschaft	27
One-Size-Fits-None: Entscheidungsverhalten der Kunden im Mittelpunkt	34
Handlungsempfehlungen für Regionalbanken	40
Wozu der ganze Aufwand? Business Case eines professionalisierten Prolongationsmanagements	44
Schlusswort	50
Autoren	52

Vorwort

Sehr geehrte Entscheiderinnen und Entscheider,

im Jahr 2025 haben wir mit unserer Prolongationsstudie erstmals umfassend auf eine Entwicklung aufmerksam gemacht, die für den deutschen Baufinanzierungsmarkt und insbesondere für Regionalbanken von erheblicher strategischer Bedeutung ist: **die bevorstehende goldene Ära der Anschlussfinanzierungen**. Im Mittelpunkt stand dabei eine Frage, die wir bewusst pointiert als die „500-Mrd.-Euro-Frage“ bezeichnet haben. Gemeint war und ist das enorme Volumen auslaufender Zinsbindungen, das in den kommenden Jahren zur Neuverhandlung ansteht und damit über Marktanteile, Margen, Kundenbindung und Wettbewerbspositionen im Baufinanzierungsgeschäft entscheiden wird.

Die Resonanz auf diese Studie hat uns in ihrer Deutlichkeit positiv überrascht. Aus den vielen Gesprächen mit Ihnen, liebe Entscheiderinnen und Entscheider, aus Projektrückmeldungen und aus dem Markt wissen wir, dass die Studie vielfach gelesen, intensiv diskutiert und in zahlreichen Häusern als Impuls für interne Entscheidungsrunden genutzt wurde. An unserem Studien-Webinar im September 2025 nahmen sogar mehr als 100 Personen teil. Selbst die Printausgabe der Welt am Sonntag griff unsere Studienergebnisse in einem Artikel zum Baufinanzierungsgeschäft auf und zitierte daraus.

Diese Resonanz war für uns Anerkennung und Auftrag zugleich. Anerkennung, weil sie gezeigt hat, dass wir mit unserer Analyse einen Nerv getroffen haben. Auftrag, weil gerade die vielen Gespräche nach Veröffentlichung der Studie deutlich gemacht haben: Das Thema Prolongationen war bis dato in vielen Instituten noch nicht als ein zentrales Handlungsfeld der kommenden Jahre auf der Vorstandsagenda. Anders formuliert: Für alle Institute gehören ablaufende Zinsbindungen ohnehin zum Tagesgeschäft. Entsprechend hatten nur wenige bereits erkannt, dass die aktuellen Zeiten ein Aufbrechen bekannter Muster erfordern.

Man könnte sagen: Mit der ersten Prolongationsstudie waren wir unserer Zeit ein Stück voraus. Nicht, weil die Fakten unklar gewesen wären. Im Gegenteil: Die Bestände waren vorhanden, die Zinsbindungen vertraglich fixiert, die Boomjahre der Baufinanzierung zwischen 2015 und 2021 bekannt. Die Entwicklung war demnach nicht verborgen, sie lag offen auf dem Tisch. Und dennoch zeigte unsere Projekterfahrung: Das Offensichtliche wird im Bankgeschäft nicht selten erst dann handlungsleitend, wenn es in Zahlen übersetzt, in Kundeneffekte eingeordnet und in Managementimplikationen zugespitzt wird.

Genau hier setzte unsere Studie 2025 an. Sie sollte sensibilisieren. Sie sollte zeigen, dass Anschlussfinanzierungen nicht länger als Routineaufgabe behandelt werden dürfen. Sie sollte deutlich machen, dass die bisherige Prolongationslogik aus einer Welt sinkender

oder stabil niedriger Zinsen stammt und nicht einfach per „Copy & Paste“ in eine neue Marktphase übertragen werden kann.

Heute, ein Jahr später, stellt sich die Lage anders dar. Die damals angekündigte Prolongationswelle ist nicht mehr nur eine rechnerische Prognose. Sie ist in vielen Instituten bereits erlebbar. Erste Kunden reagieren, erste Wettbewerber positionieren sich, erste Margeneffekte werden sichtbar und erste Wanderungsbewegungen lassen sich beobachten. Die 500-Mrd.-Euro-Frage ist damit nicht kleiner – sie ist konkreter geworden.

Aus diesem Grund geht es nun im wahrsten Sinne des Wortes in die Verlängerung.

Diese Formulierung ist bewusst doppeldeutig gewählt. Einerseits steht die Verlängerung bestehender Baufinanzierungen weiterhin im Zentrum dieser Untersuchung. Jahr für Jahr werden mehr Kundinnen und Kunden vor der Frage stehen, ob sie ihre Finanzierung bei der bisherigen Bank verlängern oder mit ihrer Anschlussfinanzierung zu einem anderen Anbieter wechseln (müssen). Andererseits geht auch unsere eigene Arbeit in die Verlängerung. Mit der vorliegenden Studie knüpfen wir an unsere Prolongationsstudie 2025 an, aktualisieren deren Erkenntnisse und erweitern sie um neue Daten, Projekterfahrungen und Perspektiven.

Dabei ist uns wichtig: Noch ist nichts entschieden. Die Gewinner und Verlierer dieser Marktphase stehen noch nicht fest. Wer heute über hohe Bestände verfügt, hat eine starke Ausgangsposition, aber noch keinen sicheren Sieg. Wer heute im Neugeschäft unter Druck steht, kann über Anschlussfinanzierungen neue Chancen erschließen, aber nur mit klarer Strategie. Und wer Prolongationen weiterhin als administrativen Automatismus betrachtet, riskiert, dass andere Anbieter genau dort angreifen, wo die eigene Kundenschnittstelle vermeintlich sicher ist.

Im Sport wie im Wettbewerb gilt: Eine Verlängerung gewinnt man nicht allein mit dem Vorsprung aus der regulären Spielzeit. Sie gewinnt, wer die Kräfte richtig einteilt, die Spielsituation versteht und im entscheidenden Moment die richtigen Entscheidungen trifft. Übertragen auf die Baufinanzierung heißt dies: Es reicht nicht, Prolongationsvolumen im Bestand zu haben. Es kommt darauf an, diese Bestände aktiv zu verteidigen, intelligent zu monetarisieren und kundenorientiert zu bearbeiten.

Genau deshalb verfolgen wir mit der vorliegenden Studie einen erweiterten Anspruch. Während unsere erste Prolongationsstudie vor allem das Problembewusstsein schärfen und die Dimension der bevorstehenden Entwicklung sichtbar machen sollte, richtet diese Aktualisierung den Blick stärker auf die aktive Gestaltung. Wir möchten nicht nur beschreiben, dass die Prolongationswelle kommt. Wir möchten besser verstehen, wie Kundinnen und Kunden in dieser Situation entscheiden, warum sie vergleichen, warum sie bleiben, warum sie wechseln und welche Rolle Preis, Vertrauen, Beratung, Timing, Abschlusskanal und Kundenbeziehung dabei spielen.

Denn eines ist klar: Am Ende entscheiden nicht Marktstatistiken über Erfolg oder Misserfolg, sondern Kundinnen und Kunden. Zahlen, Daten und Fakten sind unverzichtbar – sie sind das Fieberthermometer des Marktes. Aber wer nur die Temperatur misst, hat noch keine Therapie entwickelt. Entscheidend ist das „Warum“ hinter dem beobachteten Verhalten. Erst wenn verstanden wird, aus welchen Motiven Kundinnen und Kunden handeln, lassen sich Preis-, Produkt- und Vertriebsstrategien so ausrichten, dass sie nicht nur aus Bankensicht logisch, sondern auch aus Kundensicht überzeugend sind.

Die vorliegende Studie verbindet daher drei Perspektiven. Erstens aktualisieren wir die Marktsicht und zeigen, wie sich die Prolongationswelle inzwischen konkretisiert. Zweitens greifen wir Erkenntnisse aus Projekten auf und verdichten diese zu ersten Erfolgsfaktoren. Drittens stellen wir die Kundenperspektive noch stärker in den Mittelpunkt als zuvor. Uns interessiert nicht nur, ob Kundinnen und Kunden verlängern oder wechseln. Uns interessiert, welche Entscheidungslogik dahintersteht.

Für Sie, liebe Entscheiderinnen und Entscheider, ergibt sich daraus eine sehr konkrete Managementfrage: Wie muss ein Institut aufgestellt sein, damit Prolongationen nicht zufällig gelingen, sondern systematisch erfolgreich bearbeitet werden? Anders formuliert: Welche Prozesse, Ansprachen, Angebote und Steuerungslogiken braucht es, damit die anstehende Verlängerung nicht zur Zitterpartie, sondern zur Ertrags- und Kundenbindungschance wird?

Unsere Überzeugung ist: Die kommenden Jahre werden im Baufinanzierungsgeschäft nicht allein durch Neugeschäft gewonnen. Sie werden mindestens ebenso stark durch Bestandssicherung, Anschlussfinanzierung und intelligente Margensteuerung geprägt. Der Sturm mag Spiele gewinnen – Meisterschaften entscheidet bekanntlich die Abwehr. Wer die eigenen Bestände nicht verteidigt, wird auch mit noch so ambitionierter Neukundengewinnung nur schwer auf Wachstumskurs bleiben.

In diesem Sinne verstehen wir die vorliegende Studie als Fortsetzung, Aktualisierung und Vertiefung. Sie soll Ihnen helfen, die nächste Phase der Prolongationswelle besser einzuordnen, die dahinterliegenden Kundenmechaniken zu verstehen und konkrete Handlungsansätze für Ihr Institut abzuleiten. Wenn unsere erste Studie das Flutlicht eingeschaltet hat, soll diese Studie nun dabei helfen, den Spielplan für die Verlängerung zu schreiben.

Wir wünschen Ihnen eine spannende, erkenntnisreiche und trotz des Umfangs kurzweilige Lektüre.



Dr. Steven Kiefer

Partner



Hendrik Tacke

Director



Jonathan Schöck

Senior Manager

Management Summary:

Die wesentlichen Erkenntnisse für eilige Leserinnen und Leser

Die vorliegende Aktualisierung unserer Prolongationsstudie 2025 ist bewusst umfassend angelegt. Die Prolongationswelle ist nach unserer Überzeugung und den Erkenntnissen aus nun zwei breit angelegten Studien kein Randthema des Baufinanzierungsgeschäfts, sondern eines der zentralen strategischen Themen der kommenden Jahre. Wer ihre Bedeutung für Kundenbindung, Margenentwicklung, Marktanteile und GuV verstehen möchte, kommt mit einer oberflächlichen Marktbeobachtung nicht aus. Zu groß sind die Volumina, zu komplex die statistischen Abgrenzungen, zu unterschiedlich die Kundenpräferenzen und zu relevant die möglichen Ergebniseffekte.

Wir haben uns daher um methodische Sorgfalt und fachliche Detailtiefe bemüht. Die Studie verbindet Bundesbankstatistiken, eigene Modellrechnungen, Zinsanalysen, Kundenmarktforschung. Die möglichen Ertragswirkungen veranschaulichen wir anhand des Business Cases eines Modellinstituts. Für Leserinnen und Leser, die zunächst vor allem an den Kernaussagen interessiert sind, stellen wir diese Management Summary voran. Diese soll die Detaillektüre nicht ersetzen, sondern die wesentlichen Befunde verdichten und zeigen, weshalb sich der Blick in die einzelnen Kapitel lohnt.

Rückblick auf die Prolongationsstudie 2025

Die vorliegende Studie knüpft an unsere Prolongationsstudie 2025 an. Ausgangspunkt war damals ein einfacher, aber folgenreicher Anfangsverdacht: Wenn der deutsche Baufinanzierungsmarkt zwischen 2015 und 2021 eine historisch außergewöhnliche Boomphase im Neugeschäft erlebt hat, dann muss sich diese Entwicklung mit zeitlichem Versatz zwangsläufig in den auslaufenden Zinsbindungen zeigen. Wer in den Boomjahren viel Neugeschäft abgeschlossen hat, wird einige Jahre später viel Bestand neu verhandeln müssen.

Diese Logik bleibt der Ausgangspunkt auch der vorliegenden Aktualisierung. Bereits in der ersten Studie wurde das zur Neuverhandlung anstehende Volumen für die Jahre 2026 bis 2031 durch uns auf rund 555 Mrd. Euro geschätzt. Die damals formulierte „500-Mrd.-Euro-Frage“ ist weiterhin aktuell: Wie gut gelingt es Banken, dieses außergewöhnlich hohe Bestandsvolumen zu sichern, wirtschaftlich zu prolongieren und unter veränderten Marktbedingungen aktiv zu bearbeiten?

Die Prolongationsstudie 2025 zeigte zudem, dass Anschlussfinanzierungen kein Selbstläufer mehr sind. Die durchschnittliche Verlängerungsquote beim Ursprungsinstitut

lag in der letztjährigen Erhebung über alle betrachteten Anbieter hinweg bei rund 76 %. Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken lagen mit rund 78 % nur leicht darüber. Besonders kritisch war die Situation für Vermittlerkunden: Hatten Kundinnen und Kunden ihre ursprüngliche Finanzierung über einen Vermittler abgeschlossen, fielen die Verlängerungsquoten bei Regionalbanken deutlich niedriger aus.

Ein weiterer zentraler Befund betraf den Beginn der Kundenreise. Je früher Kundinnen und Kunden eigeninitiativ damit begannen, sich mit ihrer Anschlussfinanzierung zu beschäftigen, desto niedriger war die Wahrscheinlichkeit einer Verlängerung beim Ursprungsinstitut. Wurde die Beschäftigung hingegen durch eine aktive Ansprache der Bank ausgelöst, stieg die Verlängerungsquote deutlich. Die Schlussfolgerung der ersten Studie war daher klar: Prolongationserfolg ist gestaltbar – aber nur, wenn Institute rechtzeitig und aktiv handeln.

Einfache Frage, komplexe Antwort – wie groß ist die Prolongationswelle wirklich?

Eigentlich müsste die Frage nach der tatsächlichen Größe der Prolongationswelle leicht zu beantworten sein. Schließlich veröffentlicht die Deutsche Bundesbank umfangreiche Statistiken zum Baufinanzierungsneugeschäft und zu neu verhandelten Wohnungsbaukrediten. Bei näherer Betrachtung zeigt sich jedoch: Ein einfacher Blick in eine einzelne Statistik reicht nicht aus. Im Gegenteil: Ohne Detailkenntnis können die Daten in die Irre führen und zu fehlerbehafteten Managemententscheidungen verleiten.

Ein wesentlicher Punkt betrifft das in den Zahlen der Deutschen Bundesbank ausgewiesene Baufinanzierungsneugeschäft. Dieses wird häufig als Synonym für echte neue Kauf- oder Neubaufinanzierungen verstanden. Tatsächlich sind darin aber auch neu verhandelte Kredite enthalten. Gerade in einer Phase hoher auslaufender Zinsbindungen kann ein erheblicher Teil des gemeldeten Neugeschäfts aus Anschlussfinanzierungen stammen.

Gleichzeitig dürfte die Statistik der neu verhandelten Wohnungsbaukredite das tatsächliche Anschlussfinanzierungsgeschehen eher unterschätzen. Ein Plausibilitätsanker macht dies deutlich: Im Jahr 2015 lag das Baufinanzierungsneugeschäft bei rund 244 Mrd. Euro. Zehn Jahre später weist die Bundesbank für 2025 lediglich rund 43,4 Mrd. Euro neu verhandelte Wohnungsbaukredite aus. Bei typischen Tilgungsverläufen erscheint dieser Wert auffällig niedrig. Ein normaler Baufinanzierungskredit mit zehnjähriger Zinsbindung weist nach Ablauf der Zinsbindung regelmäßig noch eine erhebliche Restschuld auf.

Unsere Analyse legt daher nahe, dass ein Teil der Anschlussfinanzierungen statistisch nicht dort sichtbar wird, wo man ihn zunächst vermuten würde. Dies betrifft insbesondere externe Umschuldungen, die aus Sicht der aufnehmenden Bank wie Neugeschäft wirken können, sowie interne Prolongationen mit zusätzlicher Darlehensausreichung, bei denen durch neue Darlehenskonten und Systemautomatismen das gesamte Volumen als Neugeschäft erfasst werden kann.

Für 2025 ergibt sich auf Basis der Bundesbankdaten ein plausibler Korridor für Anschlussfinanzierungen im weiteren Sinne von rund 43,4 bis 90,6 Mrd. Euro. Für 2026 liegt der indikative Korridor auf Basis der bis März vorliegenden Werte bei rund 48,6 bis 93,8 Mrd. Euro. Die exakte Höhe lässt sich aus öffentlichen Statistiken nicht zweifelsfrei bestimmen. Die Richtung ist jedoch eindeutig: Ein erheblicher Teil des aktuellen Baufinanzierungsneugeschäfts ist mit hoher Wahrscheinlichkeit kein echtes Erstfinanzierungsgeschäft, sondern Anschlussfinanzierung. Demnach wäre das, was gerade in jüngerer Zeit häufig als Erholung am Baufinanzierungsmarkt gedeutet wird, in Wahrheit die bereits sichtbare Prolongationswelle.

Auswirkungen der veränderten Zinslandschaft

Die reine Volumenbetrachtung zeigt nur die halbe Wahrheit. Entscheidend ist auch, auf welches Zinsumfeld die Prolongationswelle trifft. Genau hier liegt aus Kundensicht die besondere Brisanz der aktuellen Marktphase.

Viele Kundinnen und Kunden, deren Zinsbindung jetzt ausläuft, haben ihre Finanzierung in den historisch günstigsten Jahren des deutschen Baufinanzierungsmarktes abgeschlossen. Sie kommen also nicht aus einem normalen Zinsumfeld, sondern aus einer Ausnahmephase. Während frühere Prolongationsgenerationen häufig von sinkenden Zinsen profitierten, trifft die aktuelle Generation auf Konditionen, die es zuletzt vor fast 20 Jahren gab. Die untersuchten Zeitreihen der Bundesbank lassen gar vermuten, dass noch keine Generation von Anschlussfinanzierern sich bisher mit einem vergleichbaren Anstieg der Zinskondition zwischen Erst- und Anschlussfinanzierung auseinandersetzen musste.

Ein einfaches Beispiel verdeutlicht die Größenordnung: Wer im Januar 2016 ein Darlehen über 300.000 Euro zu 1,85 % Sollzins und 2,00 % anfänglicher Tilgung abgeschlossen hat, zahlte bislang rund 962 Euro monatlich. Nach zehn Jahren liegt die Restschuld bei rund 234.146 Euro. Wird diese Restschuld nun zu 4,35 % und weiterhin 2,00 % Tilgung prolongiert, steigt die monatliche Rate auf rund 1.239 Euro. Das sind rund 277 Euro mehr pro Monat.

Damit verändert sich die Rolle der Prolongation grundlegend. Was früher vielfach als routinierte Vertragsverlängerung wahrgenommen wurde, wird heute für viele Haushalte zu einer spürbaren neuen finanziellen Entscheidungssituation. Genau deshalb reichen Standardanschreiben, pauschale Konditionsangebote und rein administrative Prozesse nicht aus. Kundinnen und Kunden benötigen Erklärung, Einordnung und echte Handlungsoptionen.

Auch aus Bankensicht ist das neue Zinsumfeld nicht automatisch positiv. Höhere Kundenzinsen bedeuten nicht automatisch höhere Margen. Entscheidend ist der Abstand zwischen Kundenzins und relevantem Referenzzins. Zur Einordnung haben wir den historischen Zusammenhang zwischen Veränderungen des Zinsumfeldes und den daraus resultierenden Margenveränderungen in der Baufinanzierung mithilfe eines Time-Lag-basierten Pass-Through-Modells untersucht. Grundlage waren die Effektivzinssätze für

Wohnungsbaukredite mit anfänglicher Zinsbindung von über fünf bis zehn Jahren sowie die zehnjährige Bundesrendite als laufzeitnaher Referenzzins. Das Modell erklärt rund 98,7 % der Schwankungen der Effektivzinssätze. Der geschätzte Pass-Through-Koeffizient liegt bei 0,819.

Übersetzt heißt dies: Steigt die zehnjährige Bundesrendite um 100 Basispunkte, steigen die durchschnittlichen Effektivzinsen in der Baufinanzierung historisch im Mittel um rund 82 Basispunkte. Die Weitergabe ist hoch, aber nicht vollständig. Für die Margenbetrachtung ist genau dies entscheidend. Wenn der Referenzzins stärker steigt als der Kundenzins, gerät die vereinfachte Zinsdifferenz unter Druck. Die Prolongationswelle fällt damit für Banken in eine Zinsphase, in der historisch betrachtet Margen unter Druck standen.

One-Size-fits-none: Entscheidungsverhalten der Kunden im Mittelpunkt

Nachdem die erste Prolongationsstudie vor allem das „Wie“ des Kundenverhaltens untersuchte, rückt die vorliegende Studie stärker das „Warum“ in den Mittelpunkt. Nicht nur die Frage, ob Kunden bleiben oder wechseln, ist entscheidend, sondern welche Präferenzen hinter ihrer Entscheidung stehen.

Hierzu wurde im Zuge dieser Studie eine auswahlbasierte Conjoint-Befragung durchgeführt. Kundinnen und Kunden wurden nicht abstrakt gefragt, ob ihnen Zinssatz, Anbieter, Rate oder Flexibilität wichtig sind. Stattdessen wurden sie in realitätsnahe Entscheidungssituationen versetzt und mussten konkrete Anschlussfinanzierungsangebote gegeneinander abwägen. Genau darin liegt die Stärke dieser Methode: Sie zeigt nicht nur, was Kunden wichtig finden, sondern was in einer Preis-Leistungs-Abwägung tatsächlich entscheidungsrelevant ist.

Die Analyse führte zu drei klar unterscheidbaren Kundenprofilen. Anbieterfokussierte Kunden machen rund 33 % der Stichprobe aus. Für sie spielt die bisherige Bankbeziehung eine überdurchschnittlich große Rolle; zugleich achten sie stark auf Ausstattung und Flexibilität. Zinsfokussierte Kunden stellen mit rund 42 % das größte Segment. Sie reagieren besonders sensibel auf Konditionsunterschiede und sind eher bereit, an anderer Stelle Kompromisse einzugehen. Ratenfokussierte Kunden machen rund 25 % der Stichprobe aus. Für sie steht die monatliche Leistbarkeit im Vordergrund.

Besonders interessant ist, dass sich die Segmente in ihrer grundsätzlichen Wechselbereitschaft nur begrenzt unterscheiden. Zinsfokussierte Kunden liegen mit rund 25 % etwas oberhalb des Durchschnitts von rund 20 %, anbieterfokussierte mit rund 17 % etwas darunter. Das sind Unterschiede, aber keine Welten. Auf den ersten Blick könnte dies irritieren. Aus unserer Sicht bestätigt es jedoch die Segmentierung: Die Profile beschreiben nicht schlicht, wer wechseln will, sondern warum ein Kunde für ein Angebot empfänglich ist. Dies macht auch deutlich: Banken, die in der Prolongationsbearbeitung hochgradig standardisieren, anstatt zu differenzieren, laufen Gefahr, sich

am durchschnittlichen Kunden zu orientieren und in der Konsequenz keinen Kunden wirklich zu adressieren.

Ein zinsfokussierter Kunde bleibt, wenn er sich preislich ernstgenommen fühlt. Ein anbieterfokussierter Kunde bleibt, wenn sein Vertrauen bestätigt wird. Ein ratenfokussierter Kunde bleibt, wenn seine monatliche Belastungssituation verstanden und lösungsorientiert adressiert wird. Die Konsequenz ist klar: One-Size-fits-all wird in der Prolongation schnell zu One-Size-fits-none. Undifferenzierte Marktbearbeitung kann Kundinnen und Kunden unabhängig vom Segment in die Arme des Wettbewerbs treiben.

Handlungsempfehlungen für Regionalbanken

Ob Regionalbanken die Prolongationswelle erfolgreich nutzen, entscheidet sich im Kern an drei Treibern: der durchschnittlich neu vereinbarten Marge, der eigenen Prolongationsquote und dem Volumen an Anschlussfinanzierungen, das von anderen Instituten gewonnen werden kann.

Zur Beeinflussung dieser Treiber stehen vier Handlungsfelder im Mittelpunkt. Erstens die Preis- und Produktgestaltung. Prolongationen sollten nicht als Einheitsangebot gedacht werden. Unterschiedliche Kombinationen aus Zinsbindung, Tilgung, Rate und Flexibilitätsrechten ermöglichen es, Kundenpräferenzen besser zu adressieren und zugleich Volumen und Marge in Einklang zu bringen. Gerade in einem Umfeld stark gestiegener Zinsen ist es wichtig, Kundinnen und Kunden nicht das Gefühl zu geben, einer veränderten und tendenziell belastenden Situation ausgeliefert zu sein.

Zweitens die aktive Marktbearbeitung nach innen. Das Prolongationsgespräch darf nicht der erste qualifizierte Kundenkontakt seit Abschluss der Erstfinanzierung sein. Wer Bestände halten will, muss Beziehung, Vertrauen und Finanzierungskompetenz vor dem akuten Verlängerungsmoment erlebbar machen. Andernfalls droht die Bank erst dann wieder sichtbar zu werden, wenn der Kunde bereits Vergleichsangebote prüft.

Drittens die aktive Marktbearbeitung nach außen. Die Prolongationswelle ist nicht nur ein Bestandsthema, sondern auch eine Marktchance. Viele Anschlussfinanzierer anderer Institute suchen nach Orientierung, Vergleich und Lösungen. Regionalbanken können hier punkten, wenn sie sich klar als Lösungsanbieter positionieren und nicht nur allgemein auf Baufinanzierungskompetenz verweisen.

Viertens das Vermittlergeschäft. Es wirkt auf Volumen, Marge und Prolongationsquote zugleich, ohne einen dieser Treiber allein gezielt zu steuern. Deshalb sollten Konditionen, Vermittlerbeziehungen, Provisionslogiken und mögliche Fehlanreize bewusst überprüft werden. Gerade in einer Marktphase, in der Anschlussfinanzierungen stärker umkämpft sind, kann das Vermittlergeschäft Chance und Risiko zugleich sein.

Wozu der ganze Aufwand? Business Case eines professionalisierten Prolongationsmanagements

Die entscheidende Vorstandsfrage lautet am Ende: Lohnt sich der Aufwand überhaupt? Nicht jede sinnvolle Maßnahme ist automatisch ergebnisrelevant. Deshalb haben wir einen Business Case für ein modellhaftes Regionalinstitut gerechnet.

Ausgangspunkt ist ein Musterinstitut mit 100 Mio. Euro Baufinanzierungsneugeschäft im Jahr 2021. Auf Basis öffentlicher Marktdaten, Bundesbankzeitreihen und der Ergebnisse unserer Prolongationsstudie 2025 wurden die Prolongationsvolumina für die Jahre 2026 bis 2030 modelliert. Im Basis Case wurde mit einer Prolongationsquote von 78 %, einer Nettomarge von 0,50 % und einem Marktanteil von 15 % innerhalb der Bankwechsler gerechnet. Daraus ergibt sich über fünf Jahre ein simulierter realisierbarer Zinsertrag von rund 1,86 Mio. Euro.

Anschließend wurden Sensitivitäten analysiert. Wie verändert sich der Ertrag, wenn die Prolongationsquote um 5 oder 10 Prozentpunkte steigt oder fällt? Was passiert, wenn die Nettomarge um 5 oder 10 Basispunkte höher oder niedriger ausfällt? Und welchen Effekt hat es, wenn der Marktanteil bei Bankwechslern von 15 % auf 20 % gesteigert werden kann? Derartige Sensitivitäten zeigen auf, wie groß die Ergebnisunterschiede bei unterschiedlichen Professionalisierungsgraden des Prolongationsmanagements ausfallen können.

Das Ergebnis ist eindeutig. Bei einem unveränderten Marktanteil von 15 % im Bankwechslermarkt liegt die Ertragsdifferenz zwischen Best Case und Worst Case über fünf Jahre bei rund 1,2 Mio. Euro. Wird zusätzlich eine mögliche Marktanteilssteigerung berücksichtigt, steigt die Differenz auf rund 1,5 Mio. Euro. Für ein Musterinstitut mit 100 Mio. Euro Neugeschäft im Jahr 2021 ist dies eine erhebliche Größenordnung. Für größere Institute skaliert der Effekt entsprechend.

Professionalisiertes Prolongationsmanagement ist damit keine vertriebliche Fleißaufgabe. Es ist ein ergebnisrelevanter Steuerungshebel. Die Prolongationswelle ist groß genug, um strategisch relevant zu sein, und ertragssensitiv genug, um in der GuV sichtbar zu werden.

Schlusswort

Die Studie zeigt: Die Prolongationswelle ist groß, real und bereits im Markt angekommen. Sie trifft auf ein Zinsumfeld, das Kundinnen und Kunden belastet und Banken mangelnd fordert. Sie erreicht Kundengruppen mit sehr unterschiedlichen Entscheidungslogiken. Und sie ist wirtschaftlich relevant genug, um in der Ergebnisrechnung Spuren zu hinterlassen.

Regionalbanken sollten Prolongationen daher nicht länger als administrativen Nachlauf des Neugeschäfts behandeln. Anschlussfinanzierungen werden in den kommenden Jahren zu einem eigenständigen strategischen Geschäftsfeld. Wer nur auf den eigenen Bestand vertraut, macht sich von Gewohnheit und Zufall abhängig. Wer die Prolongationswelle hingegen aktiv gestaltet, kann Bestände sichern, Margen bewusster steuern und zusätzliches Volumen gewinnen.

Die Verlängerung hat begonnen. Entscheidend ist nun, ob Regionalbanken sie aktiv spielen – oder ob sie selbst zum Spielball des Wettbewerbs werden.

Rückblick auf die Prolongationsstudie 2025

Wer eine Fortsetzung einer Studie schreibt, steht stets vor einer doppelten Herausforderung: Einerseits muss für neue Leserinnen und Leser ausreichend Kontext geschaffen werden, damit die an die Erststudie anknüpfenden Analysen verstanden und eingeordnet werden können. Andererseits darf eine Fortsetzung jene, die bereits den ersten Teil kennen, nicht mit Wiederholungen langweilen. In diesem Sinne werden die wesentlichen Gedanken unserer Prolongationsstudie 2025 an dieser Stelle bewusst nur so ausführlich wiederholt, wie es für das Verständnis der vorliegenden Aktualisierung notwendig erscheint.

Der Ausgangspunkt unserer ersten Studie war ein einfacher, aber folgenreicher Anfangsverdacht: Wenn die Jahre 2015 bis 2021 die mit Abstand stärkste Phase des Baufinanzierungsneugeschäfts in der Geschichte der Bundesrepublik darstellten, dann musste sich diese Entwicklung mit zeitlichem Versatz zwangsläufig ein zweites Mal zeigen – nämlich bei den auslaufenden Zinsbindungen. Oder anders formuliert: Wer in den Boomjahren besonders viel Neugeschäft abgeschlossen hat, wird einige Jahre später besonders viel Bestand neu verhandeln müssen.

Abbildung 1 zeigt die Entwicklung des Baufinanzierungsneugeschäfts in den Jahren 2011 bis 2021. Bereits der Blick auf diese Zeitreihe macht deutlich, dass es sich nicht um eine einzelne Ausnahmespitze handelte, sondern um eine mehrjährige Phase strukturell erhöhter Neugeschäftsvolumina. Nach einem Neugeschäftsvolumen von rund 200 Mrd. Euro im Jahr 2014 stieg das Volumen bereits 2015 sprunghaft auf 244 Mrd. Euro und erreichte im Jahr 2021 mit 284 Mrd. Euro einen historischen Höchstwert. Gegenüber 2014 entsprach dies einem Wachstum von rund 42 %.

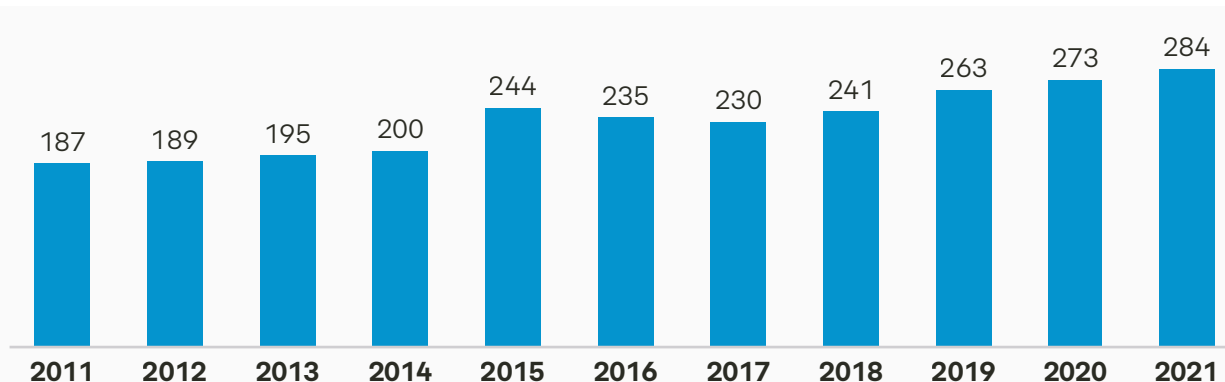


Abbildung 1 - Neugeschäftsvolumen in der Baufinanzierung zwischen 2011 und 2021¹

1. Die Daten entstammen der Zeitreihe der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A2C.A.B.A.2250.EUR.N

Diese Entwicklung war nicht allein durch das damalige Niedrigzinsumfeld erklärbar, auch wenn dieses zweifellos als wesentlicher Verstärker wirkte. In der Prolongationsstudie 2025 haben wir herausgearbeitet, dass die Boomphase der Baufinanzierung auch durch demografische Faktoren begünstigt wurde. Insbesondere die Kinder der geburtenstarken Jahrgänge erreichten in dieser Zeit vermehrt jene Lebensphase, in der Wohnortwechsel, Familiengründung und der Erwerb von Wohneigentum besonders relevant werden. Die hohe Nachfrage nach Wohnraum traf zugleich auf ein knappes Angebot, während die niedrigen Zinsen die Kapitaldienstfähigkeit trotz steigender Immobilienpreise stützten. In der Summe entstand damit ein Marktumfeld, in dem steigende Nachfrage, hohe Immobilienpreise und günstige Finanzierungskonditionen gemeinsam auf das Neugeschäftsvolumen wirkten.

Für die damalige Fragestellung war diese Einordnung aus zwei Gründen relevant. Erstens erklärte sie, warum die Jahre 2015 bis 2021 tatsächlich als Ausnahmephase zu bewerten waren. Zweitens machte sie deutlich, dass die daraus resultierende Prolongationswelle nicht von einem zukünftigen Marktszenario abhängt, sondern bereits in den bestehenden Kreditbeständen angelegt ist. Die Finanzierungen wurden abgeschlossen, die Zinsbindungen wurden vereinbart und die Fälligkeiten folgen nun mit zeitlichem Versatz. Die Prolongationswelle ist daher keine Prognose im engeren Sinne, sondern eine aus vorhandenen Beständen ableitbare Entwicklung.

Auf Basis dieser Logik wurde in der Prolongationsstudie 2025 das zur Neuverhandlung anstehende Volumen für die Jahre 2026 bis 2031 auf rund 555 Mrd. Euro geschätzt. Diese Prognose bezog sich allein auf auslaufende Darlehen mit Zinsbindungen ab zehn Jahren; kürzere Zinsbindungen waren darin nicht vollständig enthalten. Vor diesem Hintergrund haben wir die strategische Relevanz dieses Marktphänomens bewusst als „500-Mrd.-Euro-Frage“ zugespitzt: Wie gut gelingt es Banken, dieses außergewöhnlich hohe Bestandsvolumen zu sichern, wirtschaftlich zu bearbeiten und unter veränderten Marktbedingungen zu prolongieren?

Für Regionalbanken besitzt diese Frage eine besondere Bedeutung. Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken verfügen im deutschen Baufinanzierungsmarkt über hohe Bestandsanteile und sind damit überproportional von der anstehenden Prolongationswelle betroffen. Hohe Bestände sind in diesem Zusammenhang zunächst ein Vorteil, weil sie eine große Ergebnischance eröffnen. Gleichzeitig erhöhen sie die Notwendigkeit einer systematischen Marktbearbeitung. Denn ein großer Bestand erzeugt nicht automatisch einen großen Prolongationserfolg. Entscheidend ist, wie konsequent die bestehenden Kundenbeziehungen in der Phase vor Ablauf der Zinsbindung bearbeitet und in eine neue Finanzierungsentscheidung überführt werden. Anders formuliert: Wer bereits einen hohen Marktanteil besitzt, hat in der Konsequenz nicht selten mehr zu verlieren als zu gewinnen.

Neben der Volumendimension stand in der ersten Studie ein zweiter wesentlicher Aspekt im Mittelpunkt: die veränderte Zinslandschaft. In den Jahrzehnten vor der Zinswende waren Anschlussfinanzierungen für viele Kundinnen und Kunden von einem grundsätzlich günstigen Umfeld geprägt. Häufig lagen die neuen Konditionen nach Ablauf der

Zinsbindung unterhalb der ursprünglichen Finanzierungskondition. Zusätzlich verbesserten zwischenzeitliche Tilgungen regelmäßig den Beleihungsauslauf. Prolongationen konnten in diesem Umfeld häufig vergleichsweise standardisiert und mit begrenztem vertrieblischem Aufwand bearbeitet werden.

Mit der Zinswende hat sich diese Ausgangslage grundlegend verändert. Kundinnen und Kunden, die ihre Erstfinanzierung in oder nahe der Niedrigzinsphase abgeschlossen haben, treffen bei der Anschlussfinanzierung auf ein deutlich anderes Marktumfeld. Bereits zum Zeitpunkt der ersten Studie war damit absehbar, dass die Vereinbarung neuer Zinskonditionen künftig nicht mehr in jedem Fall als Selbstläufer verstanden werden kann. Vielmehr war zu erwarten, dass höhere Aufmerksamkeit, stärkeres Vergleichsverhalten und eine intensivere Auseinandersetzung mit alternativen Angeboten an Bedeutung gewinnen würden. Auf die Frage, in welchem Umfang sich die Anschlussfinanzierung für Kundinnen und Kunden konkret verteuert und welche Belastungswirkungen daraus entstehen, gehen wir in einem späteren Kapitel gesondert ein. Dabei werden wir auch erstmalig die damit verbundenen Auswirkungen auf die Margenentwicklung der Kreditinstitute thematisieren.

Die damaligen Kundendaten bestätigten bereits, dass die Bindungskraft des Ursprungsinstituts zwar weiterhin hoch, aber keineswegs unangreifbar ist. Die durchschnittliche Verlängerungsquote beim Ursprungsinstitut lag über alle betrachteten Anbieter hinweg bei rund 76 %. Umgekehrt bedeutet dies, dass etwa jeder vierte Kunde im Zuge der Anschlussfinanzierung die kreditgewährende Bank wechselte. Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken lagen mit rund 78 % nur leicht oberhalb dieses Durchschnittswertes. Dieses Ergebnis war ein wichtiger Befund: Auch wenn eine durchschnittliche Verlängerungsquote von 76 % zunächst hoch erscheinen mag, stellt dieser Wert doch bereits ein deutlich reduziertes Niveau im Vergleich mit früheren Marktphasen dar.

Besonders relevant war die Differenzierung nach ursprünglichem Abschlusskanal. Hatten Kundinnen und Kunden ihre Erstfinanzierung über einen Vermittler abgeschlossen, fiel die Verlängerungswahrscheinlichkeit beim Ursprungsinstitut insbesondere bei Regionalbanken deutlich niedriger aus. In der damaligen Erhebung lag die Prolongationsquote bei Vermittlerkunden der Sparkassen bei rund 52 %, bei Volks- und Raiffeisenbanken sogar bei nur rund 40 %. Da das Vermittlergeschäft in den Boomjahren der Baufinanzierung deutlich an Bedeutung gewonnen hat, ergab sich daraus ein klarer Hinweis auf ein mögliches strukturelles Risiko. Was im Neugeschäft als zusätzlicher Vertriebskanal sinnvoll und wachstumsfördernd sein kann, muss in der Anschlussfinanzierung nicht automatisch die gleiche Bindungswirkung entfalten.

Ein weiterer zentraler Befund betraf den Beginn und Verlauf der Kundenreise. Je früher Kundinnen und Kunden eigeninitiativ in den Anschlussfinanzierungsprozess einstiegen, desto niedriger war die Wahrscheinlichkeit einer Verlängerung beim Ursprungsinstitut. Startete die Kundenreise mehr als 24 Monate vor Ablauf der Zinsbindung, lag die Prolongationsquote in der damaligen Erhebung nur bei rund 58 %. Wurde diese hingegen durch eine aktive Ansprache der Bank ausgelöst, stieg die Verlängerungsquote auf rund

92 %. Diese Ergebnisse machten deutlich, dass Prolongationserfolg in erheblichem Maße durch Timing, Ansprache und aktive Marktbearbeitung beeinflusst wird.

Damit verschob sich die Betrachtung der Prolongation bereits in der ersten Studie von einer rein administrativen Aufgabe zu einer strategischen Kundenreise. Aus Bankperspektive beginnt die Anschlussfinanzierung nicht erst mit dem Versand eines Verlängerungsangebots im Forward-Zeitraum. Sie beginnt deutlich früher – mit der Frage, ob die Bank während der laufenden Zinsbindung als verlässlicher Finanzierungspartner wahrgenommen wird, ob der Kunde die bestehende Beziehung als wertvoll erlebt und ob das Institut den richtigen Zeitpunkt für die erneute Kontaktaufnahme trifft. Gerade hier liegt nach unserer Einschätzung ein wesentlicher Unterschied zwischen einer reaktiven und einer aktiven Prolongationsstrategie.

Aus der Prolongationsstudie 2025 ergaben sich damit drei zentrale Schlussfolgerungen. Erstens wird das Anschlussfinanzierungsgeschäft in den Jahren 2025 bis 2031 aufgrund der historischen Neugeschäftsvolumina der Jahre 2015 bis 2021 eine außergewöhnlich hohe Bedeutung einnehmen. Zweitens verändert das gestiegene Zinsniveau die Entscheidungssituation vieler Kundinnen und Kunden und erhöht die Anforderungen an Kommunikation, Beratung und Preisargumentation. Drittens zeigen die damaligen Kundendaten, dass Prolongationsquoten durch Abschlusskanal, Kundenreise und aktive Ansprache messbar beeinflusst werden.

Die vorliegende Aktualisierung setzt genau an diesen Punkten an. Während die erste Studie vor allem die Dimension der bevorstehenden Prolongationswelle herausarbeitete und ein Problembewusstsein für die strategische Relevanz des Themas schaffen sollte, richtet sich der Blick nun stärker auf beobachtbare Auswirkungen und konkrete Ansatzpunkte für die Marktbearbeitung. Im Mittelpunkt steht dabei insbesondere die Frage, wie Kundinnen und Kunden in der aktuellen Prolongationsphase tatsächlich entscheiden, welche Motive ihrem Verhalten zugrunde liegen und welche Handlungsoptionen sich daraus für Banken ableiten lassen.

Damit bleibt die „500-Mrd.-Euro-Frage“ unverändert relevant. Sie stellt sich heute jedoch konkreter als noch im Jahr 2025. Aus einer rechnerisch gut begründeten Markterwartung wird zunehmend eine im Tagesgeschäft erlebbare Herausforderung. Entsprechend rückt neben der reinen Sensibilisierung nun die aktive Gestaltung in den Mittelpunkt.

Einfache Frage, komplexe Antwort – wie groß ist die Prolongationswelle wirklich?

Eigentlich müsste die Frage nach der tatsächlichen Größe der Prolongationswelle leicht zu beantworten sein. Schließlich veröffentlicht die Deutsche Bundesbank regelmäßig Daten zum Baufinanzierungsneugeschäft² und zusätzlich eine eigene Zeitreihe zu neu verhandelten Wohnungsbaukrediten³ an private Haushalte. Weshalb also sollte man der Beantwortung dieser Frage ein ganzes Kapitel widmen, wenn man den eigentlich richtigen Wert zumindest in der Theorie aus einer öffentlichen Statistik ablesen können sollte?

Aus unserer Sicht deshalb, weil die Vielzahl an Bundesbankstatistiken zum deutschen Baufinanzierungsmarkt ohne tiefes Verständnis ihrer jeweiligen Abgrenzungs-, Melde- und Interpretationslogik sehr schnell zu falschen Schlussfolgerungen führen kann. Was auf den ersten Blick nach einer eindeutigen Marktzahl aussieht, ist bei näherer Betrachtung häufig erklärungsbedürftig. Nicht alles, was in der Statistik nach Neugeschäft klingt, ist im ökonomischen Sinne wirklich „frisches“ Finanzierungsgeschäft. Und nicht alles, was als neu verhandeltes Kreditvolumen ausgewiesen wird, bildet zwangsläufig vollständig ab, was im Markt tatsächlich an Anschlussfinanzierungen stattfindet.

Gerade das von der Bundesbank ausgewiesene „Neugesäftsvolumen“ in der privaten Wohnbaufinanzierung wird in Marktkommentaren, Presseartikeln und teilweise auch in bankinternen Auswertungen regelmäßig als Synonym für neue Kauf- oder Neubaufinanzierungen verstanden. Diese Interpretation ist fachlich nicht korrekt und aus unserer Sicht häufige Quelle für strategische Folgefehler vieler Institute – beispielsweise durch einen mit diesen Zahlen abgeleiteten eigenen Marktanteil im Neugeschäft. Im gemeldeten Neugeschäft sind neben echten Erstfinanzierungen auch neu verhandelte Kredite enthalten. In einer Marktphase, in der besonders viele Zinsbindungen auslaufen, kann das ausgewiesene Neugeschäft daher in erheblichem Umfang durch Anschlussfinanzierungen geprägt sein.

Für die Marktdiagnose ist diese Unterscheidung zentral. Wird der Anstieg des ausgewiesenen Baufinanzierungsneugeschäfts ausschließlich als Erholung der Nachfrage nach Kauf- und Neubaufinanzierungen interpretiert, wird der Erstfinanzierungsmarkt möglicherweise zu optimistisch bewertet und der eigene Marktanteil falsch eingeschätzt. Gleichzeitig wird die Bedeutung der Anschlussfinanzierung vernachlässigt – also genau jenes Geschäftsfeld, das in den kommenden Jahren über Bestandsbindung, Margenentwicklung und Marktanteile wesentlich mitentscheiden dürfte.

2. Zeitreihe der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A2C.A.B.A.2250.EUR.N

3. Zeitreihe der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A2C.A.B.A.2250.EUR.R

Hinzu kommt: Auch die vermeintlich naheliegendste Statistik, die Zeitreihe zu neu verhandelten Wohnungsbaukrediten, beantwortet die Frage nach der tatsächlichen Größe der Prolongationswelle nicht abschließend. Nach unserer Einschätzung liegt dies weniger an der konzeptionellen Logik der Bundesbankstatistik. Die Abgrenzungen sind grundsätzlich nachvollziehbar. Die eigentliche Herausforderung liegt vielmehr in der praktischen Zuordnung einzelner Geschäftsvorfälle in den meldenden Instituten. Hier besteht ein begründeter Verdacht, dass bestimmte Anschlussfinanzierungen nicht durchgängig als neu verhandelte Kredite, sondern teilweise als erstmalig abgeschlossenes Neugeschäft erfasst werden.

Genau an dieser Stelle trennt sich oberflächliche Marktbeobachtung von echter Marktkennntnis. Wer die tatsächliche Größe der Prolongationswelle belastbar einordnen möchte, muss mehr tun, als eine einzelne Zeitreihe abzurufen. Es braucht ein Verständnis dafür, welche ökonomische Realität hinter welcher Statistik steht, wo die Meldegrenzen verlaufen und an welchen Stellen die Praxis in Banken und Sparkassen zu Verzerrungen führen kann.

Die folgenden Ausführungen basieren daher nicht auf einer schematischen Auswertung öffentlich verfügbarer Daten, sondern auf einer tiefgehenden Analyse der relevanten Bundesbankzeitreihen, ihrer Abgrenzungslogik sowie auf gezielten Rückfragen an die Deutsche Bundesbank zur statistischen Behandlung einzelner Geschäftsvorfälle im Zuge dieser Studie. Diese Detailarbeit war und ist notwendig, weil scheinbar eindeutige Begriffe wie „Neugeschäft“ oder „neu verhandelte Kredite“ im Baufinanzierungsgeschäft bei genauerer Betrachtung deutlich mehr Komplexität enthalten, als ihre Bezeichnung zunächst vermuten lässt.

Die (häufig falsch verstandenen) Statistiken der Deutschen Bundesbank

Beginnen wir mit einer einfachen Plausibilitätsrechnung zum Einstieg in die Thematik. Im Jahr 2015 belief sich das von der Bundesbank ausgewiesene Neugeschäft in der privaten Wohnbaufinanzierung auf rund 244 Mrd. Euro. Dieses Jahr markierte den Beginn der außergewöhnlichen Boomphase, deren Auswirkungen wir in der Prolongationsstudie 2025 ausführlich beschrieben haben. Wenn ein typischer Baufinanzierungskredit mit einer anfänglichen Tilgung von etwa 3 % abgeschlossen wird und die Zinsbindung zehn Jahre beträgt, liegt die Restschuld nach Ablauf dieser zehn Jahre häufig noch bei ungefähr 60 % bis 65 % der ursprünglichen Darlehenssumme.

Natürlich lässt sich aus dem Neugeschäft des Jahres 2015 nicht eins zu eins das Prolongationsvolumen des Jahres 2025 ableiten. Nicht jede Finanzierung hatte eine zehnjährige Zinsbindung und längere Zinsbindungen aus früheren Jahren – z. B. Zinsbindungen von 15 Jahren aus dem Jahre 2010 – wären hinzuzurechnen. Gleichzeitig bleibt nicht jede Restschuld bis zum Ablauf der Zinsbindung unverändert bestehen. Sondertilgungen, vollständige Ablösungen, Bausparverträge und individuelle Tilgungs-

verläufe verändern demnach das Bild. Dennoch ist die Größenordnung als Plausibilitätsanker wichtig: Aus einem Neugeschäftsjahr von rund 244 Mrd. Euro sollte zehn Jahre später kein Prolongationsvolumen entstehen, das nur eine sehr kleine Randgröße darstellt.

Genau hier entsteht die erste Irritation. Die Bundesbank weist für das Jahr 2025 nur rund 43,4 Mrd. Euro neu verhandelte Wohnungsbaukredite an private Haushalte aus. Bezogen auf das Baufinanzierungsneugeschäft des Jahres 2015 entspricht dies weniger als 18 %. Bezogen auf eine grob überschlägige Rechnung, nach der eher mit einer Restschuld von 60 % bis 65 % zu rechnen gewesen wäre, ist dies eine große Differenz. Für Branchenvertreter zu groß, um dies über Sondertilgungen oder frühzeitige Ablösungen zu erklären. Wenn diese 43,4 Mrd. Euro demnach die Prolongationswelle vollständig abbilden würden, müsste man sich berechtigterweise fragen, ob die vermutete Welle überhaupt existiert.

Genau diese Frage ist der richtige Einstieg in die Statistikdiskussion. Denn aus unserer Sicht lautet die Antwort nicht, dass die Prolongationswelle ausgeblieben wäre. Die deutlich wahrscheinlichere Erklärung ist, dass sie in den öffentlich verfügbaren Statistiken nicht vollständig dort sichtbar wird, wo man sie zunächst vermuten würde.

Der erste Blick richtet sich üblicherweise auf das gesamte Baufinanzierungsneugeschäft. Diese Zeitreihe zeigt für das Jahr 2025 zunächst ein ausgesprochen positives Bild. Nach rund 161 Mrd. Euro im Jahr 2023 und rund 198 Mrd. Euro im Jahr 2024 summierte sich das ausgewiesene Neugeschäft im Jahr 2025 wieder auf rund 241 Mrd. Euro. Auf den ersten Blick könnte man daraus ableiten, dass der Markt für Kauf- und Neubaufinanzierungen wieder deutlich an Dynamik gewonnen hat.

Diese Schlussfolgerung wäre jedoch zu kurz gegriffen. Das ausgewiesene Neugeschäft ist kein reiner Indikator für neue Immobilienkäufe oder Neubauten. Es enthält auch neu verhandelte Kredite. Gerade in einer Marktphase, in der viele Zinsbindungen auslaufen, kann ein erheblicher Teil des ausgewiesenen Neugeschäfts also aus Anschlussfinanzierungen stammen. Wer die 241 Mrd. Euro des Jahres 2025 als „echtes“ neues Baufinanzierungsgeschäft interpretiert, vermischt somit zwei unterschiedliche ökonomische Sachverhalte: neue Immobiliennachfrage einerseits und Neuverhandlung bestehender Finanzierungen andererseits.

Der zweite Blick richtet sich daher auf die Statistik der neu verhandelten Wohnungsbaukredite. Diese weist, wie bereits beschrieben, für das Jahr 2025 ein Volumen von rund 43,4 Mrd. Euro aus. Bezogen auf das gesamte ausgewiesene Baufinanzierungsneugeschäft von rund 240,9 Mrd. Euro entspricht dies einem Anteil von etwa 18 %. Dieser Wert ist wichtig, aber nach unserer Einschätzung eher als Untergrenze denn als vollständige Messung der Anschlussfinanzierungen zu verstehen.

Warum? Weil eine weitere Bundesbankzeitreihe ein anderes Bild nahelegt. Diese Statistik erfasst alle Kredite an private Haushalte mit einer Ursprungslaufzeit von mehr als einem

Jahr und einer Zinsanpassung innerhalb der nächsten zwölf Monate.⁴ Der Name ist sperrig, der Inhalt für unsere Fragestellung aber hochrelevant. Denn wirtschaftlich geht es genau um jene Kreditbestände, bei denen innerhalb eines Jahres eine neue Zinskondition vereinbart werden muss.

Zum Jahresende 2024 belief sich dieser Bestand auf rund 118,4 Mrd. Euro. Vereinfacht gesprochen: In dieser Größenordnung standen im Jahr 2025 Kredite privater Haushalte jeglicher Art mit anstehender Zinsanpassung im Raum. Dabei ist wichtig: Diese Zahl umfasst nicht ausschließlich Wohnungsbaukredite. Sie enthält auch andere Kredite privater Haushalte. Deshalb darf sie nicht unmittelbar als Prolongationsvolumen in der Baufinanzierung interpretiert werden. Sie ist aber ein wichtiger Kontrollwert.

Um diesen Kontrollwert einzuordnen, müssen alle neu verhandelten Kredite privater Haushalte betrachtet werden. Für 2025 ergeben sich aus den Bundesbankstatistiken rund 43,4 Mrd. Euro neu verhandelte Wohnungsbaukredite, rund 13,9 Mrd. Euro neu verhandelte sonstige Kredite⁵ und rund 13,9 Mrd. Euro neu verhandelte Ratenkredite (z. B. Finanzierungen mit Schlussrate).⁶ In Summe wurden damit rund 71,1 Mrd. Euro neu verhandelte Kredite privater Haushalte ausgewiesen.

Damit stehen sich zwei Werte gegenüber: Rund 118,4 Mrd. Euro Kredite privater Haushalte mit anstehender Zinsanpassung und nur rund 71,1 Mrd. Euro tatsächlich als neu verhandelt ausgewiesene Kredite. Die rechnerische Differenz beträgt rund 47,3 Mrd. Euro.

Diese Lücke ist nicht automatisch mit einem Fehler in gleicher Höhe gleichzusetzen. Ein Teil der Differenz lässt sich plausibel erklären. Restschulden können bei Ablauf der Zinsbindung vollständig getilgt werden, etwa aus vorhandener Liquidität, aus Erbschaften, aus fälligen Lebensversicherungen oder durch die Einbindung eines Bauspardarlehens. Zudem fallen automatische Prolongationen bestehender Kreditverträge, die ohne aktive Mitwirkung der Kundinnen und Kunden erfolgen, nach Auskunft der Bundesbank nicht unter das Neugeschäft.

Gleichzeitig erscheint es aus unserer Sicht nicht plausibel, dass diese Effekte die gesamte rechnerische Lücke erklären. Dafür ist der Abstand zu groß. Hinzu kommt, dass sowohl unsere gezielten Rückfragen an die Bundesbank als auch unsere Projekterfahrung auf eine weitere Erklärung hindeuten: Ein Teil der Anschlussfinanzierungen dürfte in der Praxis nicht als neu verhandelter Kredit, sondern als erstmalig abgeschlossenes Neugeschäft gemeldet werden.

Eine mögliche Ursache liegt bei externen Umschuldungen. Wechselt eine Kundin oder ein Kunde im Rahmen der Anschlussfinanzierung zu einem anderen Kreditinstitut, handelt es sich aus Sicht der aufnehmenden Bank um einen neu gewonnenen Finanzierungsfall. Aus gesamtwirtschaftlicher Marktsicht entsteht jedoch kein neuer Immobilienfinanzie-

4. Zeitreihe der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A20.KKF.B.A.2250.EUR.O

5. Zeitreihe der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A2D.A.B.A.2250.EUR.R

6. Zeitreihe der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A2B.A.B.A.2250.EUR.R

rungsbedarf. Eine bestehende Restschuld wird lediglich von einem Institut zu einem anderen verlagert. Nach Auskunft der Bundesbank sind derartige Umschuldungen grundsätzlich als neu verhandelte Kredite zu melden – allerdings nur dann, wenn das aufnehmende Institut erkennt beziehungsweise in seinen Prozessen abbildet, dass der Kredit bereits bestand. Ist dies nicht der Fall, kann der Vorgang fälschlich als erstmalig abgeschlossenes Neugeschäft ausgewiesen werden.

Eine zweite mögliche Ursache betrifft interne Prolongationen mit verändertem Finanzierungsumfang. In der Praxis kommt dies regelmäßig vor, etwa wenn Kundinnen und Kunden im Zuge der Anschlussfinanzierung zusätzlichen Finanzierungsbedarf für Modernisierung, energetische Sanierung oder sonstige Investitionen anmelden. Wird in diesem Zusammenhang ein neues Darlehenskonto eröffnet und das bisherige Darlehen technisch abgelöst, entsteht in den Systemen häufig ein neuer Kreditvorgang. Nach unserer Projekterfahrung scheint es in solchen Fällen nicht selten vorzukommen, dass nicht nur der zusätzliche Darlehensbetrag, sondern das gesamte neu angelegte Darlehensvolumen technisch als Neugeschäft erfasst und entsprechend gemeldet wird.

Gerade diese Konstellation ist in der Praxis besonders relevant, weil sie fachlich auf den ersten Blick nicht zwingend wie ein Fehler wirkt. Es gibt einen neuen Vertrag, ein neues Konto, einen neuen Zinssatz und zusätzliches Volumen. Aus Sicht der offiziellen Statistiken, an denen sich so viele Marktteilnehmer orientieren und daraus Entscheidungen ableiten, ist es jedoch problematisch, wenn aus einer Prolongation mit Aufstockung statistisch ein vollständiges Neugeschäft wird. Dann wächst das ausgewiesene Neugeschäft im Markt, ohne dass die Nachfrage tatsächlich angezogen wäre.

Die Verzerrung entsteht also nicht zwingend durch bewusst falsche Meldungen. Sie entsteht wahrscheinlicher durch das Zusammenspiel aus Vertragsgestaltung, Darlehenskontenlogik, Meldewesen und systemseitigen Automatismen. Genau darin liegt die besondere Schwierigkeit. Der Fehler steckt nicht zwingend in der statistischen Definition, sondern in der Übersetzung der ökonomischen Realität in technische und meldepflichtige Vorgänge. Wer lediglich auf die Überschrift der Zeitreihe schaut, erkennt diesen Zusammenhang nicht.

Für 2025 ergibt sich daraus daher lediglich eine belastbare Von-bis-Betrachtung. Der untere Wert liegt bei den offiziell ausgewiesenen neu verhandelten Wohnungsbaukrediten von rund 43,4 Mrd. Euro. Würde man die rechnerische Lücke von rund 47,3 Mrd. Euro vollständig hinzurechnen und damit unterstellen, dass die neu zu verhandelnden und nicht unter sonstige Kredite bzw. Ratenkredite fallenden Vorgänge allesamt fälschlicherweise als Neugeschäft gemeldet worden wären, ergäbe sich ein oberer Wert von rund 90,6 Mrd. Euro. Bezogen auf das gesamte ausgewiesene Baufinanzierungsneugeschäft von rund 240,9 Mrd. Euro läge der Anteil der Anschlussfinanzierungen im weiteren Sinne damit zwischen rund 18 % und rund 38 %. Der tatsächliche Wert dürfte innerhalb dieser Bandbreite liegen. Unsere aktuellen Projekterfahrungen legen nahe, dass der reale Wert tatsächlich irgendwo dazwischen, jedoch in deutlich stärkerer Nähe zur oberen Grenze des Intervalls liegen dürfte.

Für 2026 ergibt sich auf Basis der bis März vorliegenden Werte ein ähnliches Bild. Das gesamte Baufinanzierungsneugeschäft lag im ersten Quartal 2026 bei rund 61,9 Mrd. Euro. Annualisiert entspricht dies rund 247,6 Mrd. Euro. Die neu verhandelten Wohnungsbaukredite beliefen sich im ersten Quartal auf rund 12,1 Mrd. Euro, annualisiert also auf rund 48,6 Mrd. Euro. Zum Jahresende 2025 standen zugleich rund 121,5 Mrd. Euro Kredite privater Haushalte mit Zinsanpassung innerhalb der nächsten zwölf Monate aus. Unter Fortschreibung der im ersten Quartal 2026 beobachteten neu verhandelten sonstigen Kredite und Ratenkredite ergibt sich erneut eine rechnerische Lücke von rund 45,2 Mrd. Euro. Der indikative Korridor für Anschlussfinanzierungen im weiteren Sinne – also Prolongationen mit und ohne Bankwechsel – liegt damit im Jahr 2026 zwischen rund 48,6 Mrd. Euro und rund 93,8 Mrd. Euro beziehungsweise zwischen rund 20 % und rund 38 % des annualisierten Baufinanzierungsneugeschäfts.

Die wesentliche Erkenntnis lautet somit nicht, dass eine einzelne Bundesbankstatistik unbrauchbar wäre. Das Gegenteil ist richtig: Die Bundesbankdaten sind für die Marktanalyse unverzichtbar. Sie müssen jedoch richtig gelesen werden. Der offiziell

Kennzahl	2025	2026 indikativ, auf Basis Q1 annualisiert
Ausgewiesenes Baufinanzierungsneugeschäft gesamt	240,9 Mrd. Euro	247,6 Mrd. Euro
Offiziell neu verhandelte Wohnungsbaukredite	43,4 Mrd. Euro	48,6 Mrd. Euro
Anteil offiziell neu verhandelter Wohnungsbaukredite am Baufinanzierungsneugeschäft	18,0 %	19,6 %
Kredite privater Haushalte mit Zinsanpassung innerhalb der nächsten zwölf Monate, jeweils zum Vorjahresende	118,4 Mrd. Euro	121,5 Mrd. Euro
Neu verhandelte sonstige Kredite an private Haushalte	13,9 Mrd. Euro	12,5 Mrd. Euro
Neu verhandelte Ratenkredite an private Haushalte	13,9 Mrd. Euro	15,2 Mrd. Euro
Neu verhandelte Kredite privater Haushalte insgesamt	71,1 Mrd. Euro	76,3 Mrd. Euro
Rechnerische statistische Lücke	47,3 Mrd. Euro	45,2 Mrd. Euro
Unterer Wert für Anschlussfinanzierungen im weiteren Sinne	43,4 Mrd. Euro	48,6 Mrd. Euro
Oberer Wert für Anschlussfinanzierungen im weiteren Sinne	90,6 Mrd. Euro	93,8 Mrd. Euro
Korridor Anschlussfinanzierungen im weiteren Sinne als Anteil am Baufinanzierungsneugeschäft	18,0 % bis 37,6 %	19,6 % bis 37,9 %

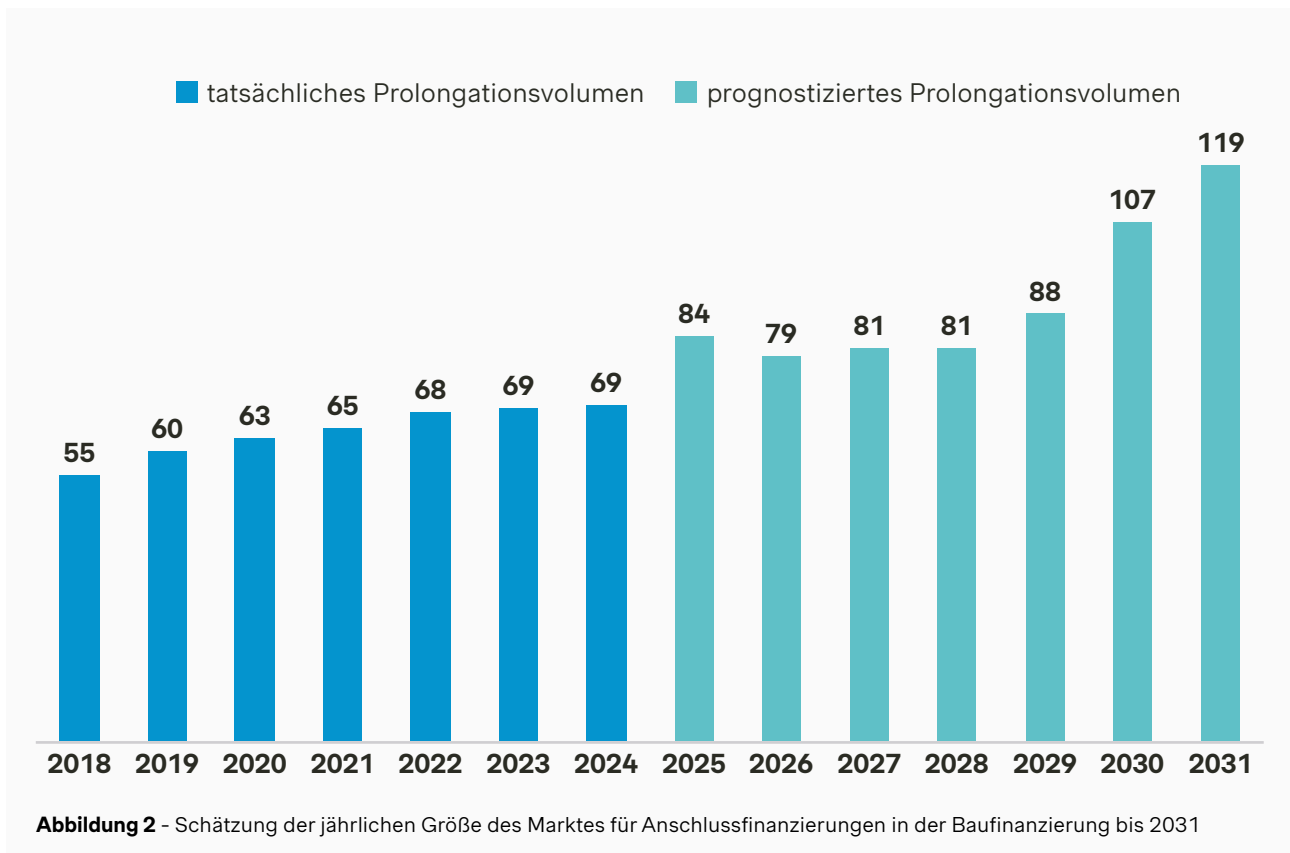
ausgewiesene Wert neu verhandelter Wohnungsbaukredite dürfte die tatsächliche Bedeutung der Anschlussfinanzierungen unterschätzen. Gleichzeitig lässt sich aus den öffentlichen Statistiken allein nicht exakt bestimmen, wie stark diese Unterschätzung ausfällt. Für 2025 und 2026 lässt sich daher nur ein plausibler Korridor ableiten. Dieser Korridor ist allerdings bereits aussagekräftig genug, um festzuhalten: Ein erheblicher Teil des aktuellen Baufinanzierungsneugeschäfts ist mit hoher Wahrscheinlichkeit kein echtes Neugeschäft, sondern Anschlussfinanzierung und die Prolongationswelle ist demnach bereits deutlich sichtbar.

Eine eigene Modellrechnung

Der Weg über die Bundesbankstatistik hat noch ein zweites, strukturelles Problem: Selbst wenn die zuvor beschriebene Zuordnungsproblematik vollständig aufgelöst wäre, ließe sich aus den öffentlich verfügbaren Daten im Wesentlichen nur auf das jeweils nächste Geschäftsjahr schließen. Die Bestandsstatistik zu Krediten mit Zinsanpassung innerhalb der nächsten zwölf Monate erlaubt einen Blick auf das unmittelbar bevorstehende Prolongationsvolumen. Für eine strategische Planung im Baufinanzierungsgeschäft reicht dieser Horizont jedoch nicht aus.

Gerade Regionalbanken müssen ihre Vertriebs-, Kapazitäts-, Preis- und Marktbearbeitungsstrategien nicht nur auf Sicht von zwölf Monaten, sondern über mehrere Jahre ausrichten. Die zentrale Frage lautet daher nicht allein, wie groß die Prolongationswelle im laufenden oder kommenden Jahr ist. Entscheidend ist, wie lange sie anhält, wann sie ihren Höhepunkt erreicht und mit welchen Volumina Institute bis zum Ende dieses Jahrzehnts rechnen müssen.

Aus diesem Grund haben wir bereits in der Prolongationsstudie 2025 eine eigene Modellrechnung durchgeführt, die aufgrund der soeben aufgezeigten Lücken der Bundesbankstatistik relevanter denn je erscheint. Ausgangspunkt waren die historischen Neugeschäftsvolumina der privaten Wohnbaufinanzierung, differenziert nach Zinsbindungszeiträumen. Ergänzend wurden durchschnittliche Effektivzinssätze, marktübliche Tilgungssätze, Annahmen zur Nutzung von Sondertilgungsrechten sowie Restschuldverläufe berücksichtigt. Auf dieser Grundlage wurde modelliert, welche Volumina aus den Boomjahren des Neugeschäfts in den Jahren 2025 bis 2031 voraussichtlich zur Anschlussfinanzierung anstehen. **Abbildung 2** zeigt nochmals unsere damalige Prognoserechnung für das jährliche Prolongationsvolumen bis 2031.



Für die Einordnung der Modellgüte ist besonders relevant, wie sich unsere damalige Prognose für die ersten beiden Jahre der Prolongationswelle zu den nun beobachtbaren Bundesbankdaten verhält. Für das Jahr 2025 lag unsere Modellrechnung bei rund 84 Mrd. Euro. Der aus den Bundesbankdaten ableitbare Korridor liegt, wie gezeigt, zwischen rund 43,4 Mrd. Euro und rund 90,6 Mrd. Euro. Unsere Prognose liegt damit innerhalb des statistisch plausiblen Korridors und nahe an dessen oberem Rand und entspricht damit mit nahezu chirurgischer Präzision unserer gegenwärtigen Erfahrung mit Echtdaten vieler Regionalinstitute in Projekten.

Für das Jahr 2026 prognostizierte unsere Modellrechnung ein Prolongationsvolumen von rund 79 Mrd. Euro. Der auf Basis der bisher vorliegenden Daten induktiv abgeleitete Bundesbank-Korridor liegt zwischen rund 48,6 Mrd. Euro und rund 93,8 Mrd. Euro. Auch hier liegt unsere Modellrechnung innerhalb der plausiblen Bandbreite und in der Tendenz wieder stärker am oberen als am unteren Ende des Schätzintervalls. Dies ist kein Beweis für die exakte Höhe des tatsächlichen Prolongationsvolumens. Es ist jedoch eine deutliche Plausibilisierung der zentralen Aussage unserer ersten Studie: Die Prolongationswelle ist real, erheblich und wird durch die offiziellen Statistiken der Deutschen Bundesbank, sofern man diese zu interpretieren weiß, gestützt.

Für die weitere Markteinschätzung ist dieser Befund von hoher Relevanz. Würde man ausschließlich auf das ausgewiesene Baufinanzierungsneugeschäft blicken, könnte man die Erholung des Marktes seit 2024 vor allem als Rückkehr der Erstfinanzierungsnachfrage

interpretieren. Unsere Analyse legt dagegen nahe, dass ein erheblicher Anteil dieser Erholung durch Anschlussfinanzierungen getragen wird. Dies verändert die strategische Bewertung grundlegend. Ein Markt, der durch neue Kauf- und Neubaufinanzierungen wächst, folgt anderen Spielregeln als ein Markt, in dem Bestände neu verhandelt, verteidigt und teilweise zwischen Anbietern umverteilt werden.

Dadurch wird deutlich, dass Anschlussfinanzierungen in den kommenden Jahren nicht als Nebenprodukt des Baufinanzierungsgeschäfts behandelt werden sollten. Wenn je nach Betrachtung rund ein Fünftel bis mehr als ein Drittel des ausgewiesenen Neugeschäfts auf Anschlussfinanzierungen entfällt, handelt es sich um ein eigenständiges strategisches Geschäftsfeld. Es verdient eigene Ziele, eigene Steuerungskennzahlen, eigene Marktbearbeitungsprozesse und eine eigene Preislogik.

In Summe zeigt die Analyse: Die einfache Frage nach der Größe der Prolongationswelle lässt sich nicht mit einem einfachen Blick in eine einzelne Statistik beantworten. Die öffentlich verfügbaren Daten liefern wichtige Hinweise, aber keine vollständige Antwort. Erst die Kombination aus Bundesbankdaten, Plausibilisierung über Bestandsstatistiken, Rückfragen zur statistischen Behandlung einzelner Geschäftsvorfälle und eigener Modellrechnung ergibt ein belastbares Bild. Dieses Bild bestätigt die Grundthese unserer Prolongationsstudie 2025: Die Anschlussfinanzierung wird bis zum Ende des Jahrzehnts eines der zentralen Themen im deutschen Baufinanzierungsmarkt bleiben.

Auswirkungen der veränderten Zinslandschaft

Im vorangegangenen Kapitel haben wir gezeigt, dass die Prolongationswelle volumenseitig erheblich ist und das Baufinanzierungsgeschäft der kommenden Jahre maßgeblich prägen wird. Für die wirtschaftliche Einordnung dieser Entwicklung reicht der Blick auf das Volumen jedoch nicht aus. Im Zinsgeschäft entscheidet immer das Zusammenspiel aus Volumen und Verzinsung über Umsatz, Ertrag und strategische Bedeutung.

Dieses Kapitel richtet daher den Blick auf die zweite zentrale Komponente: das veränderte Zinsumfeld. Für Kundinnen und Kunden stellt sich die Frage, mit welcher neuen Zins- und Ratenbelastung sie bei Ablauf der Zinsbindung konfrontiert werden. Diese Perspektive haben wir bereits in der Prolongationsstudie 2025 thematisiert; sie wird im Folgenden aktualisiert, da sich die damaligen Herausforderungen inzwischen weiter verschärft haben.

Ergänzend betrachten wir erstmals die Perspektive der kreditgebenden Institute. Inzwischen liegt eine ausreichend lange Beobachtungsperiode vor, um die Auswirkungen der Prolongationswelle im aktuellen Zinsumfeld auf die Margenentwicklung einzuordnen.

Kundensicht: Die teuerste Anschlussfinanzierungsgeneration der deutschen Baufinanzierungsgeschichte

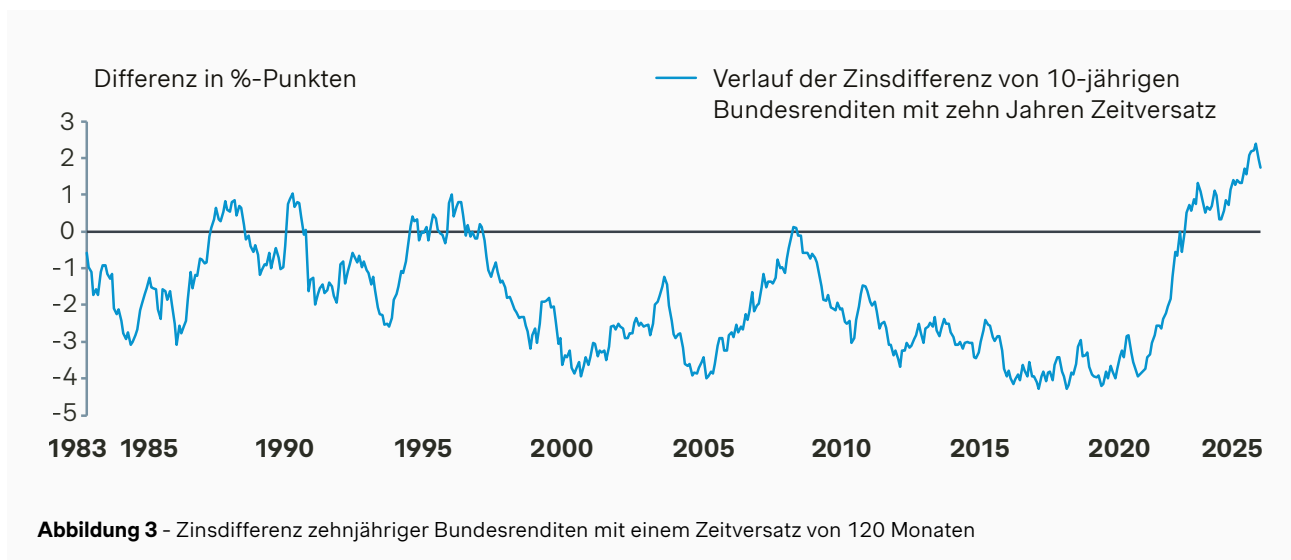
Die Prolongationswelle trifft nicht nur auf hohe Volumina, sondern auch auf ein aus Kundensicht außergewöhnlich anspruchsvolles Zinsumfeld. Viele der aktuell zur Verlängerung anstehenden Finanzierungen wurden in einer Phase abgeschlossen, die rückblickend als historischer Tiefpunkt des deutschen Zinsumfeldes gelten muss. Diese Kundinnen und Kunden verlängern also nicht irgendeine Finanzierung. Sie verlängern Finanzierungen, die häufig zu Konditionen abgeschlossen wurden, die es zuvor in dieser Form noch nie gab.

Damit entsteht eine Situation, die im deutschen Baufinanzierungsmarkt historisch erstmalig ist: Noch keine Generation von Anschlussfinanzierern verschlechterte sich gegenüber der Erstfinanzierung in einem vergleichbaren Ausmaß. Während frühere Prolongationen über Jahrzehnte hinweg häufig von einem sinkenden oder zumindest günstigen Zinsumfeld begleitet wurden, trifft die aktuelle Kohorte auf Zinssätze, die zuletzt vor fast 20 Jahren beobachtet wurden.

Diesen Zusammenhang haben wir bereits in unserer Prolongationsstudie 2025 ausführlich aufgezeigt. Da die Zeitreihe der von der Bundesbank veröffentlichten Effektivzinssätze für private Wohnungsbaukredite erst ab dem Jahr 2003 vorliegt, haben wir für eine

längere historische Betrachtung auf die Rendite zehnjähriger Bundeswertpapiere zurückgegriffen. Diese eignet sich als Approximation des langfristigen Zinsumfeldes, da sie über längere Zeiträume eine sehr hohe Korrelation mit den Baufinanzierungskonditionen aufweist.

Methodisch haben wir dabei die Rendite zehnjähriger Bundeswertpapiere zu einem bestimmten Zeitpunkt mit der Rendite exakt zehn Jahre zuvor verglichen. Die daraus entstehende Differenz zeigt näherungsweise, ob sich ein Kunde bei Ablauf einer zehnjährigen Zinsbindung in einem günstigeren oder ungünstigeren Marktumfeld wiederfindet. Abbildung 3 zeigt diese Auswertung nochmals auf Basis des Datenstandes der Prolongationsstudie 2025.



Das Ergebnis war bereits damals eindeutig. Über den weit überwiegenden Teil der betrachteten Historie konnten sich Anschlussfinanzierer gegenüber dem Zeitpunkt ihrer Erstfinanzierung zinsseitig verbessern. Auf Basis der von uns verwendeten Zeitreihe seit August 1982 lag die Differenz bis zum Datenstand der ersten Studie in rund 84 % aller Monate im negativen Bereich. Übersetzt heißt dies: In vier von fünf Monaten der betrachteten Historie trafen Kundinnen und Kunden bei einer Anschlussfinanzierung nach zehn Jahren auf ein niedrigeres Zinsumfeld als zum Zeitpunkt der Erstfinanzierung. Wenn man bedenkt, dass es durch zwischenzeitlich stattgefundenen Tilgung im Rahmen der Anschlussfinanzierung auch bei seitwärts verlaufenden Zinsen für Kundinnen und Kunden tendenziell günstiger werden dürfte, lässt sich die These aufstellen, dass in den vergangenen 45 Jahren die Anschlussfinanzierung nahezu immer mit einer Zinsverbesserung einherging.

Diese Zahl ist für das Verständnis der heutigen Situation zentral. Sie erklärt, weshalb Prolongationen in vielen Instituten historisch als vergleichsweise selbstverständlicher Vorgang behandelt wurden. Wenn Kundinnen und Kunden bei Ablauf der Zinsbindung häufig eine niedrigere Kondition angeboten werden konnte, war die Verlängerung aus Kundensicht vielfach wenig konfliktträchtig. Die Bank musste nicht erklären, warum es teurer wird. Sie konnte im Regelfall eine Entlastung oder zumindest eine vertretbare

Anschlusskondition anbieten. Die Prolongation war damit häufig eher Serviceprozess als erneute Vertriebsentscheidung.

Genau dieses Muster ist nun durchbrochen. Seit der Zinswende hat sich das Vorzeichen der Betrachtung gedreht. Kundinnen und Kunden, die ihre Finanzierung in den Jahren 2015 und 2016 abgeschlossen haben, treffen heute nicht auf ein niedrigeres, sondern auf ein deutlich höheres Zinsniveau. Bereits zum Zeitpunkt unserer ersten Prolongationsstudie war dieser Effekt ausgeprägt. Seither hat sich die Situation nochmals verschärft.

Die Rendite zehnjähriger Bundeswertpapiere lag zum Zeitpunkt der ersten Studie bei rund 2,59 %. Zum Zeitpunkt der Arbeiten an dieser Studie liegt der letzte verfügbare Wert aus April 2026 bei rund 3,18 %⁷. Damit ist das langfristige Zinsniveau seit der ersten Studie nochmals um rund 59 Basispunkte gestiegen. Diese Entwicklung ist aus Kundensicht deshalb besonders relevant, weil gleichzeitig die jeweils zur Anschlussfinanzierung anstehenden Jahrgänge aus immer tieferen Niveaus der Niedrigzinsphase stammen. Die mittlere Effektivkondition für private Wohnungsbaukredite mit zehnjähriger Zinsbindung lag nach Bundesbankdaten im Jahr 2015 bei rund 1,83 %. Im Jahr 2016 waren es nur noch rund 1,59 %.⁸

Was dies konkret im Einzelfall bedeuten kann, zeigt eine einfache Beispielrechnung. Ein Kunde, der im Januar 2016 ein Darlehen über 300.000 Euro zu 1,85 % Sollzins und 2,00 % anfänglicher Tilgung aufgenommen hat, zahlte bislang eine monatliche Rate von rund 962 Euro. Nach zehn Jahren liegt die Restschuld bei etwa 234.146 Euro. Muss diese Restschuld nun zu einem um 250 Basispunkte höheren Zinssatz, also zu 4,35 %, verlängert werden und bleibt die anfängliche Tilgung bei 2,00 %, steigt die monatliche Rate auf rund 1.239 Euro.

Für den Kunden bedeutet dies eine Mehrbelastung von rund 277 Euro pro Monat beziehungsweise gut 3.300 Euro pro Jahr.

Damit lässt sich festhalten: Die Prolongationswelle ist aus Kundensicht nicht nur groß, sondern auch teuer. Sie trifft auf eine Generation von Anschlussfinanzierern, die sich in einem Ausmaß mit höheren Zinsen auseinandersetzen muss, das historisch außergewöhnlich ist. Genau dies erhöht die Relevanz der Frage, wie Kundinnen und Kunden in dieser Situation reagieren – und weshalb die Prolongation der kommenden Jahre nicht mit der Prolongation der Vergangenheit verwechselt werden darf.

Bankensicht: Eine Bewährungsprobe für die Margenentwicklung

Wenn Kundinnen und Kunden im Zuge der Anschlussfinanzierung künftig deutlich höhere Zinsen zahlen müssen, liegt eine Schlussfolgerung zunächst nahe: Was für Kunden zur

7. Zeitreihe der Deutschen Bundesbank BBSIS.M.I.ZST.ZI.EUR.S1311.B.A604.R10XX.R.A.A._Z._Z.A

8. Zeitreihe der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A2C.O.R.A.2250.EUR.N

Belastung wird, müsste für Banken zur Ertragschance werden. Höhere Kundenzinsen, so die einfache Logik, bedeuten höhere Zinserträge.

Was zunächst logisch klingt, ist jedoch nur die halbe Wahrheit. Im Zinsgeschäft liegt die Wahrheit aus Bankperspektive letztlich in der erzielbaren Marge und nicht in der Frage, ob ein neu vereinbarter Zins höher oder niedriger als ein vorheriger ist. Von Interesse ist daher, ob sich bereits erste Tendenzaussagen treffen lassen und ob die gegenwärtige Prolongationswelle ohne aktive Gestaltung allein durch Basistrends zu einer Margenausweitung oder Margenreduzierung führt. Für die vorliegende Studie nähern wir uns dieser Frage bewusst über Bezugsgrößen, die für eine möglichst große Anzahl an Instituten eine hohe Aussagekraft besitzen. Als Indikator für die Margenentwicklung betrachten wir die Differenz zwischen dem durchschnittlichen Effektivzins für Wohnungsbaukredite mit anfänglicher Zinsbindung von über fünf bis zehn Jahren⁹ und der zehnjährigen Bundesrendite.

Diese Betrachtung ersetzt selbstverständlich keine vollständige Kreditkalkulation. Sie berücksichtigt weder institutsindividuelle Refinanzierungsstrukturen noch Liquiditäts-, Risiko-, Eigenkapital-, Options- oder Provisionskosten. Sie erfüllt aber genau den Zweck, den wir an dieser Stelle benötigen: Sie zeigt, ob die durchschnittlichen Kundenzinsen in der Baufinanzierung historisch im gleichen Umfang gestiegen sind wie der laufzeitnahe Kapitalmarktzins – oder ob sich der Abstand zwischen beiden Größen mit verändertem Zinsniveau systematisch ausgeweitet oder eingengt hat.

In der empirischen Literatur wird diese Frage regelmäßig über sogenannte Pass-Through-Koeffizienten untersucht. Diese beschreiben, in welchem Umfang Veränderungen eines Referenzzinses in die von Banken verlangten Kundenzinsen weitergegeben werden. Da Baufinanzierungskonditionen nicht taggleich auf Kapitalmarktbewegungen reagieren, sondern Angebotserstellung, Beratung, Kundenentscheidung und statistische Erfassung zeitlich nachgelagert wirken, werden derartige Pass-Through-Koeffizienten typischerweise unter Berücksichtigung möglicher Time-Lags berechnet.

Vor diesem Hintergrund haben wir ein Time-Lag-basiertes Pass-Through-Modell aufgesetzt. Grundlage waren die Bundesbankzeitreihe der Effektivzinssätze für Wohnungsbaukredite mit anfänglicher Zinsbindung von über fünf bis zehn Jahren sowie die zehnjährige Bundesrendite als laufzeitnaher Referenzzins im Zeitraum März 2003 bis März 2026. Der höchste Erklärungsbeitrag ergab sich bei einem Zeitversatz von zwei Monaten zwischen Bundesrendite und Effektivzins. Dieses Ergebnis ist fachlich plausibel: Kapitalmarktbewegungen wirken grundsätzlich schnell auf Baufinanzierungskonditionen, aber eben nicht ohne jede Verzögerung.

Abbildung 4 zeigt diesen Zusammenhang. Auf der X-Achse ist die zehnjährige Bundesrendite mit zweimonatigem Zeitversatz abgetragen, auf der Y-Achse der durchschnittliche Effektivzins für Wohnungsbaukredite mit Zinsbindung von über fünf bis zehn

⁹ Zeitreihe der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A2C.O.R.A.2250.EUR.N

Jahren. Die Punktwolke und die Regressionsgerade verdeutlichen den ausgesprochen engen Zusammenhang zwischen Kapitalmarktzins und Kundenzins.

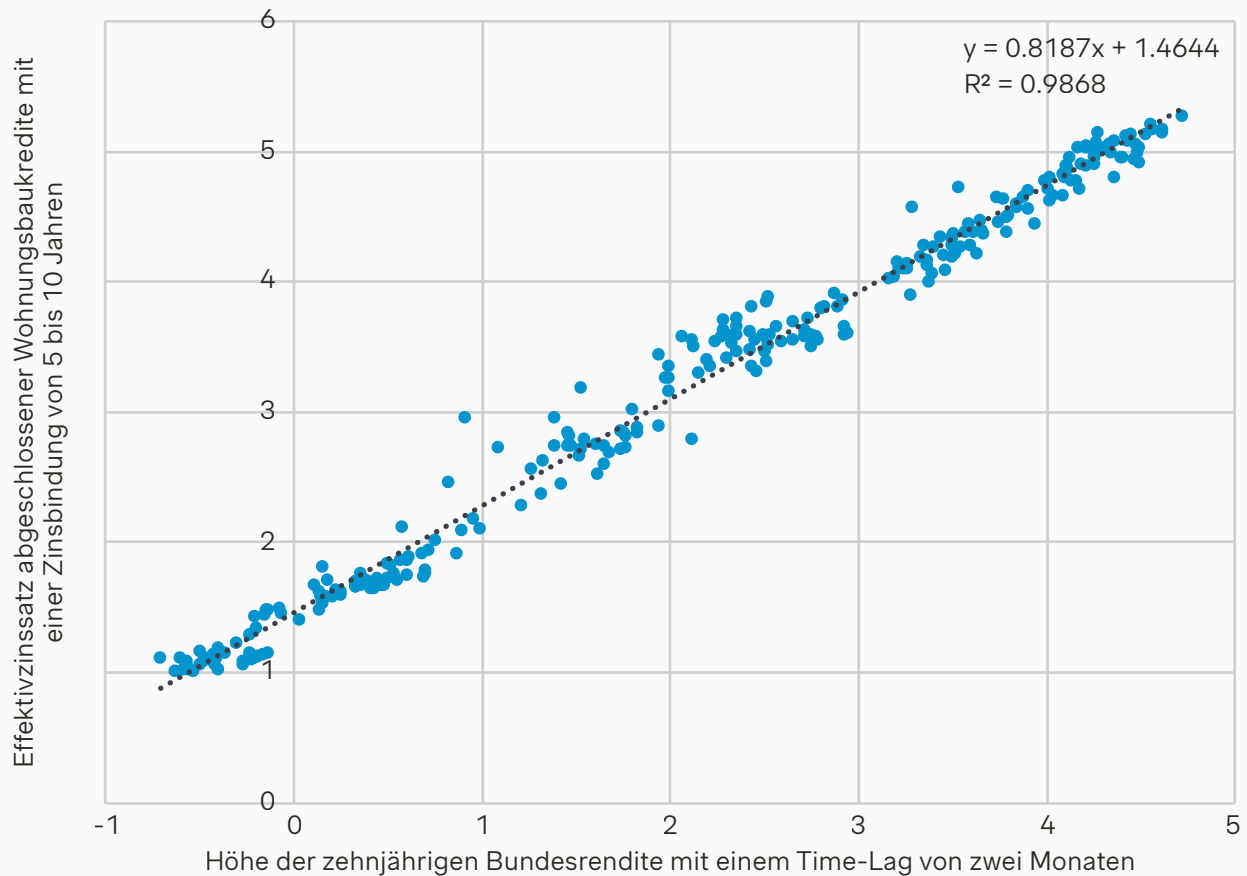


Abbildung 4 - Ergebnis des berechneten Pass-Through-Koeffizienten

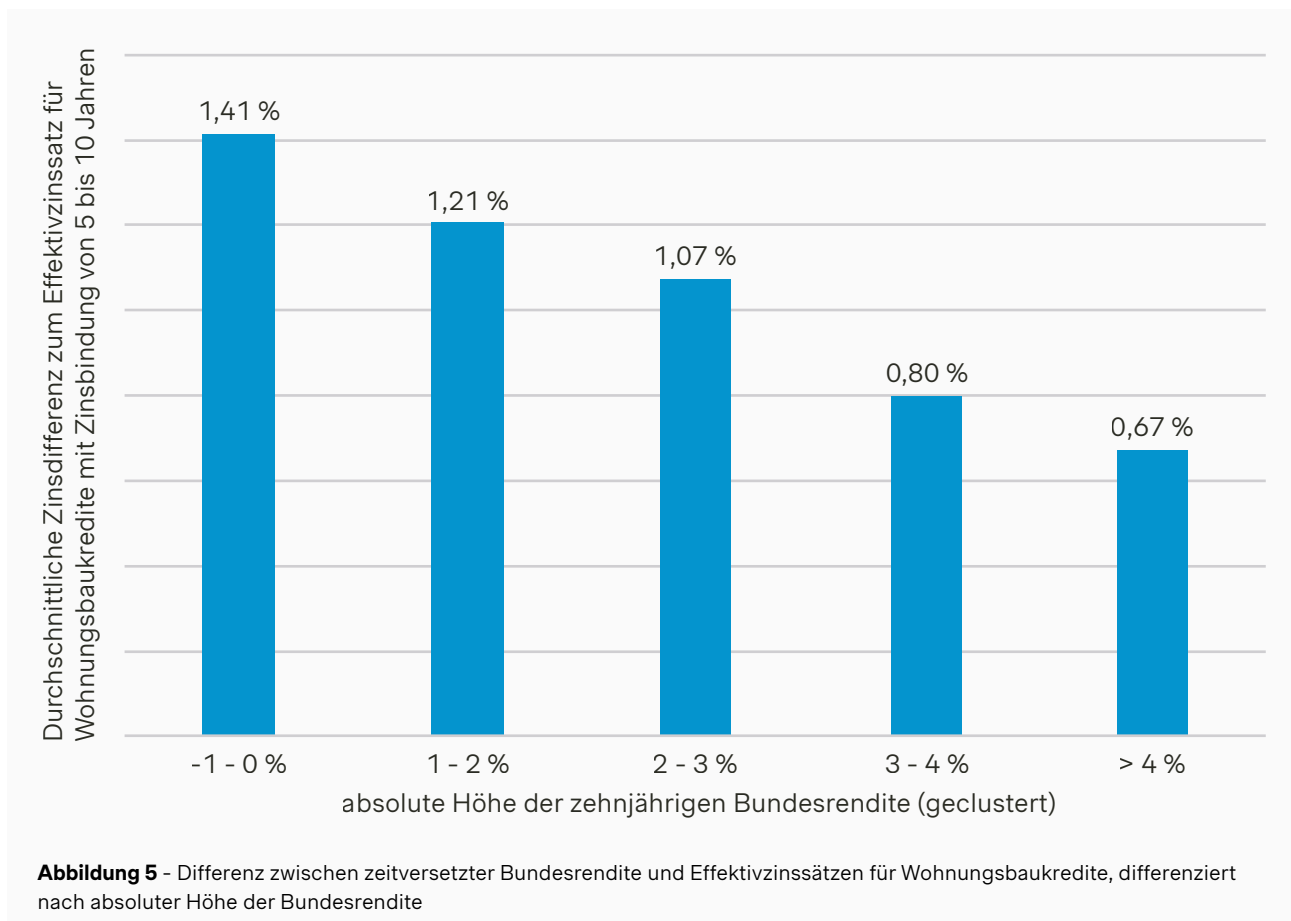
Die statistischen Kennwerte fallen entsprechend deutlich aus. Das Modell erklärt rund 98,7 % der Schwankungen der Effektivzinssätze. Der geschätzte Pass-Through-Koeffizient liegt bei 0,819. Übersetzt heißt dies: Steigt die zehnjährige Bundesrendite um 100 Basispunkte, steigen die durchschnittlichen Effektivzinsen im Baufinanzierungsgeschäft historisch im Mittel um rund 82 Basispunkte. Die Weitergabe ist also hoch, aber nicht vollständig.

Dieses Ergebnis steht nicht isoliert. Auch die Deutsche Bundesbank arbeitet in ihren Analysen zur Zinsweitergabe mit Pass-Through-Ansätzen, unter anderem in Form von Kointegrations- und Fehlerkorrekturmodellen, um die langfristigen Beziehungen und kurzfristigen Anpassungsdynamiken zwischen Markt- und Bankzinssätzen abzubilden. Die von der Bundesbank in der Vergangenheit veröffentlichten Studien stützen den von uns ermittelten Pass-Through-Koeffizienten von 0,82 in hohem Maße.¹⁰

10. Siehe beispielsweise den Monatsbericht der Deutschen Bundesbank aus Juni 2023 – hier wurde ein Wert von 0,89 ermittelt. Der Monatsbericht der Deutschen Bundesbank aus April 2019 hingegen weist einen Wert von ca. 0,73 bis 0,79 aus.

Für die Margenbetrachtung ist der entscheidende Punkt jedoch nicht der hohe Erklärungsbeitrag des Modells, sondern die Tatsache, dass der Pass-Through-Koeffizient unter eins liegt. Wenn steigende Referenzzinsen historisch nicht vollständig in Kundenzinsen weitergegeben werden, bedeutet dies im Umkehrschluss: Mit steigendem Zinsniveau gerät die vereinfachte Zinsdifferenz zwischen Effektivzins und Bundesrendite tendenziell unter Druck.

Abbildung 5 macht diesen Zusammenhang greifbar. Dargestellt ist die durchschnittliche Differenz zwischen Effektivzins und zeitversetzter zehnjähriger Bundesrendite, geclustert nach Höhe des Zinsniveaus. Die Abbildung zeigt, dass die Zinsdifferenz in niedrigeren Zinsphasen höher ausfiel und mit steigendem Kapitalmarktzinsniveau deutlich zurückging.



Die empirische Beobachtung einer Zinselastizität (Pass-Through) kleiner eins und eine damit in der Tendenz verbundene Margenausweitung im Baufinanzierungsgeschäft in Phasen von Zinssenkungen bzw. Margenreduzierung bei Zinsanstiegen lassen sich plausibel begründen.

Erstens sind Preiserhöhungen grundsätzlich schwieriger durchzusetzen als das Zurückhalten von Preissenkungen. Sinkt das Zinsniveau, muss ein Anbieter den Rückgang nicht immer vollständig und sofort an Kundinnen und Kunden weitergeben. Steigt das Zinsniveau hingegen deutlich, wird die vollständige Weitergabe schneller sichtbar,

spürbar und damit verhandlungsrelevant. Kundinnen und Kunden vergleichen intensiver, die monatliche Rate steigt, und der Preispunkt wird zum entscheidenden Faktor der Abschlusswahrscheinlichkeit.

Zweitens sinkt bei steigenden Zinsen die finanzierbare Nachfrage. Höhere Zinsen reduzieren die Kapitaldienstfähigkeit und verringern damit den Kreis jener Haushalte, die eine Finanzierung überhaupt darstellen können. Das verbleibende Neugeschäft wird knapper. Knappere Nachfrage führt wiederum zu intensiverem Wettbewerb um die noch realisierbaren Finanzierungen. Auch daraus folgt, dass steigende Referenzzinsen nicht beliebig eins zu eins in höhere Kundenzinsen übersetzt werden können.

Drittens verändert sich mit steigendem Zinsniveau die Zusammensetzung der finanzierten Kundengruppen. In der Niedrigzinsphase konnten auch Haushalte mit vergleichsweise hoher Verschuldung im Verhältnis zum Einkommen Finanzierungen darstellen, weil die laufende Zinsbelastung niedrig blieb. Eine hohe Debt-Income-Ratio führte nicht zwangsläufig zu einer kritischen Debt-Service-Income-Ratio. Mit steigenden Zinsen dreht sich dieser Zusammenhang. Die monatliche Belastung steigt, Grenzfälle fallen häufiger aus dem finanzierbaren Markt heraus, und im Neugeschäft verbleiben tendenziell bonitätsstärkere Kunden mit besseren Beleihungsausläufen und tragfähigerem Kapitaldienst. Genau diese Entwicklung beschreibt auch die EZB im Zusammenhang mit der Veränderung von LTV-, DTI- und DSTI-Kennzahlen seit der Zinswende.¹¹

Es lässt sich somit festhalten: Die veränderte Zinslandschaft wirkt aus Bankensicht ambivalent. Auf der einen Seite steigen die absoluten Kundenzinsen deutlich. Auf der anderen Seite zeigen Pass-Through-Modell, Zinsdifferenzbetrachtung und ökonomische Plausibilität, dass die vereinfachte Marge gegenüber dem Referenzzins mit steigendem Zinsniveau tendenziell unter Druck steht. Die Prolongationswelle ist damit nicht nur eine Volumenfrage. Sie ist auch eine Bewährungsprobe für die Margenentwicklung.

11. Siehe <https://www.ecb.europa.eu/press/financial-stability-publications/macprudential-bulletin/focus/2023/html/ecb.mpbu202307>

One-Size-Fits-None: Entscheidungsverhalten der Kunden im Mittelpunkt

Hinter allen bislang dargestellten Marktbewegungen, Zinsentwicklungen und Volumenschätzungen stehen am Ende konkrete Entscheidungen von Kundinnen und Kunden. Sie entscheiden, ob sie beim Ursprungsinstitut verlängern, ein Vergleichsangebot einholen, einen Vermittler einschalten, die Rate anpassen, Sondertilgungen leisten oder die finanzierende Bank wechseln. Diese Entscheidungen entstehen nicht zufällig. Sie sind Ausdruck individueller Präferenzen, finanzieller Möglichkeiten, wahrgenommener Risiken und erlebter Anbieterunterschiede.

Für Banken ist genau dieses Verständnis entscheidend. Außergewöhnliche Marktphasen erzeugen selten nur Chancen oder nur Risiken. Sie erzeugen beides gleichzeitig. Ob ein Institut eher von den Chancen profitiert oder stärker von den Risiken betroffen ist, hängt maßgeblich davon ab, wie gut es die Entscheidungslogik seiner Kundinnen und Kunden versteht. Wer Kundenverhalten nur im Nachhinein beobachtet, erkennt häufig erst dann, was passiert ist, wenn die Entscheidung bereits gefallen ist. Wer hingegen versteht, warum Kundinnen und Kunden so entscheiden, wie sie entscheiden, kann die eigene Marktbearbeitung deutlich zielgerichteter ausrichten.

In unserer Prolongationsstudie 2025 stand vor allem das „Wie“ im Mittelpunkt. Wie häufig verlängern Kundinnen und Kunden beim Ursprungsinstitut? Wie stark unterscheiden sich Prolongationsquoten nach Anbietergruppen? Wie wirkt sich der ursprüngliche Abschlusskanal aus? Und wie verändert sich die Verlängerungswahrscheinlichkeit, wenn Kundinnen und Kunden ihre Anschlussfinanzierung frühzeitig eigeninitiativ prüfen? Diese Fragen waren notwendig, um das Phänomen der Prolongationswelle zunächst sichtbar und messbar zu machen.

Mit der vorliegenden Studie gehen wir einen Schritt weiter. Nachdem die erste Studie vor allem beobachtet und sensibilisiert hat, richtet sich der Blick nun stärker auf das Verstehen. Uns interessiert nicht nur, ob Kundinnen und Kunden bleiben oder wechseln. Uns interessiert, welche Präferenzprofile hinter diesen Entscheidungen stehen. Welche Rolle spielt der Preis? Wie wichtig sind Beratung, Marke, Geschwindigkeit, Flexibilität oder bestehende Kundenbeziehung? Gibt es Kundengruppen, die nahezu ausschließlich auf den Zinssatz achten? Und gibt es andere, bei denen Leistungsmerkmale, Sicherheit oder Vertrauen einen messbaren Unterschied machen?

Diese Fragen sind deshalb so relevant, weil es selten „den Kunden oder die Kundin“ gibt. In Phasen, in denen wie in den vergangenen gut 40 Jahren die Zinsen stets gesunken sind, mag es möglich sein, mit nur einem standardisierten Prolongationsvorgehen viele Kunden

zufriedenzustellen. Wir hingegen machen aktuell eher die Erfahrung und Beobachtung in Projekten, dass z. B. die starke Zinssteigerung gegenwärtig manche Kunden vor große und andere hingegen vor überhaupt keine finanziellen Belastungen stellt. Gerade in der Anschlussfinanzierung kann daher eine One-Size-fits-all-Logik (einheitliches Vorgehen unabhängig von der Kundensituation und vom Präferenzprofil) schnell zu One-Size-fits-none werden. Anders gesprochen: Wer sich am Durchschnitt aller Kunden orientiert, erreicht als Anbieter häufig keinen Kunden wirklich. Ein Kunde, der sich frühzeitig, digital und stark preisorientiert mit seiner Anschlussfinanzierung beschäftigt, folgt voraussichtlich einer anderen Entscheidungslogik als eine Kundin, die vor allem Planungssicherheit, persönliche Einordnung und eine verständliche Ratenlösung sucht. Beide können für eine Bank attraktiv sein. Beide benötigen jedoch nicht zwingend dieselbe Ansprache, dasselbe Angebot und dieselbe Argumentation.

Die zentrale Frage dieses Kapitels lautet daher: Lassen sich im Prolongationsgeschäft klar unterscheidbare Entscheidungsprofile identifizieren – und wenn ja, welche Anforderungen leiten sich hieraus für die eigene Marktbearbeitung ab?

Erkenntnisziel, Methodik und Stichprobenkonzeption

Ziel der vorliegenden Untersuchung war es, das Entscheidungsverhalten von Kundinnen und Kunden in der Anschlussfinanzierung genauer zu verstehen. Dabei ging es ausdrücklich nicht nur um die Erhebung allgemeiner Einschätzungen oder nachträglicher Selbstauskünfte. Im Mittelpunkt stand vielmehr die Frage, wie Kundinnen und Kunden in einer realitätsnahen Entscheidungssituation unterschiedliche Angebotsbestandteile gegeneinander abwägen.

Hierfür haben wir eine auswahlbasierte Conjoint-Analyse im Rahmen einer onlinegestützten Befragung durchgeführt. Die Conjoint-Analyse zählt zu den etabliertesten und methodisch angesehensten Verfahren der Konsumenten- und Preisforschung. Ihr Grundgedanke ist einfach: Kundinnen und Kunden werden nicht isoliert gefragt, ob ihnen beispielsweise ein niedriger Zinssatz, eine persönliche Beratung oder eine flexible Tilgungsoption wichtig ist. Stattdessen werden sie mit konkreten Angebotsalternativen konfrontiert, die sich in mehreren Merkmalen gleichzeitig unterscheiden. Sie müssen sich also – wie in einer echten Entscheidungssituation – zwischen unterschiedlichen Preis-Leistungs-Kombinationen entscheiden und innerhalb der Befragung mitteilen, welches Angebot sie im Fall der Fälle aus einer Auswahl mehrerer Alternativen bevorzugen würden.

Genau darin liegt die besondere Stärke dieser Methodik. In klassischen Befragungen werden Preiseffekte häufig überschätzt oder Leistungsmerkmale zu abstrakt bewertet. Fragt man Kundinnen und Kunden direkt, ob ihnen ein niedriger Preis wichtig ist, lautet die Antwort nahezu immer: ja. Diese Erkenntnis hilft für die Marktbearbeitung jedoch nur begrenzt weiter. Entscheidend ist nicht, ob der Preis wichtig ist, sondern wie wichtig er im Verhältnis zu anderen Angebotsmerkmalen ist. Eine Conjoint-Analyse zwingt zur

Abwägung. Sie zeigt, welche Merkmale tatsächlich entscheidungsrelevant sind, wie stark einzelne Leistungsbestandteile wirken und welche Kundengruppen unterschiedlich auf dieselben Angebotsmerkmale reagieren.

Für die Fragestellung der Prolongation ist diese Methodik besonders geeignet. Anschlussfinanzierungen sind keine rein emotionalen Entscheidungen, aber auch keine vollständig rationalen Zinsvergleiche. Kundinnen und Kunden bewegen sich in einem Spannungsfeld aus Preis, Sicherheit, Bequemlichkeit, Vertrauen, Beratungsbedarf und finanzieller Belastbarkeit. Eine auswahlbasierte Conjoint-Analyse ermöglicht es, genau dieses Spannungsfeld strukturiert abzubilden und die dahinterliegenden Präferenzmuster messbar zu machen.

Die Datenerhebung erfolgte onlinegestützt über ein Panel. Wie bereits in unseren früheren Studien war uns bewusst, dass eine reine Online-Erhebung ohne Steuerung zu Verzerrungen führen kann. Gerade bei Bankdienstleistungen besteht die Gefahr, dass digital affinere, jüngere oder stärker wechselbereite Kundengruppen überrepräsentiert sind. Um diesem Risiko entgegenzuwirken, wurde die Stichprobe durch Quotierungen gesteuert. Quotiert wurde nach Wohnort sowie nach Hausbankbeziehung. Damit sollte sichergestellt werden, dass die spätere Stichprobe die für die Fragestellung relevanten Marktstrukturen möglichst belastbar abbildet.

In die finale Stichprobe einbezogen wurden ausschließlich Personen, die drei zentrale Voraussetzungen erfüllten. Erstens mussten sie Finanzentscheidungen selbstständig oder gemeinsam mit einer anderen Person treffen. Zweitens mussten sie Inhaber eines selbstgenutzten Wohneigentums sein, das zwischen 2011 und 2016 erworben wurde und aktuell noch finanziert ist. Drittens mussten sie in den vergangenen zwölf Monaten mit der Prolongation ihrer laufenden Baufinanzierung konfrontiert gewesen sein.

Diese Eingrenzung war bewusst eng gewählt. Ziel war nicht, eine allgemeine Befragung aller Immobilieneigentümer durchzuführen. Ziel war vielmehr, genau jene Kundinnen und Kunden zu erreichen, die die aktuelle Prolongationssituation bereits konkret erlebt haben. Nur diese Gruppe kann belastbar Auskunft darüber geben, welche Angebotsmerkmale in der tatsächlichen Anschlussfinanzierungssituation relevant sind und wie sich unterschiedliche Entscheidungsprofile in dieser besonderen Marktphase darstellen.

Die Befragung wurde im Zeitraum März bis April 2026 durchgeführt. Insgesamt gingen 355 vollständig auswertbare Interviews in die Analyse ein. Die konkrete Ausgestaltung der Conjoint-Merkmale und -Ausprägungen wird im folgenden Abschnitt dargestellt.

Ergebnisse der Conjoint-Befragung

Das Design der Conjoint-Befragung wurde entlang jener Angebotsmerkmale (Attribute) aufgebaut, die aus Kundensicht bei einer Anschlussfinanzierung typischerweise entscheidungsrelevant sind. Berücksichtigt wurden der **Anbieter**, die **Zinsbindung**, die **Ratenhöhe beziehungsweise der Tilgungssatz**, der **Zinssatz** sowie die **Möglichkeit zur**

Sondertilgung. Damit wurde eine realitätsnahe Angebotssituation abgebildet, in der Kundinnen und Kunden verschiedene Preis- und Leistungsmerkmale gegeneinander abwägen müssen.

Aus den unterschiedlichen Ausprägungen dieser Attribute – also beispielsweise den unterschiedlichen Zinshöhen oder Zinsbindungen – ergaben sich rechnerisch insgesamt **480 mögliche Angebotsprofile**. In der Conjoint-Logik werden derartige Angebotsprofile als **Stimuli** bezeichnet. Ein Stimulus ist vereinfacht gesprochen ein konkretes fiktives Angebot, das sich aus einer bestimmten Kombination der Merkmale zusammensetzt – also beispielsweise aus einem bestimmten Anbieter, einer bestimmten Zinsbindung, einer bestimmten Rate, einem bestimmten Zinssatz und einer bestimmten Sondertilgungsmöglichkeit. Die Zahl 480 bedeutet demnach nicht, dass jeder Befragte 480 Entscheidungen treffen musste. Sie beschreibt vielmehr den gesamten methodischen Möglichkeitsraum, aus dem den Teilnehmerinnen und Teilnehmern realitätsnahe Entscheidungssituationen mithilfe eines Zufallsverfahrens vorgelegt wurden.

Nach Abschluss der Befragung wurde je Teilnehmer ausgewertet, welche Angebotsmerkmale die jeweilige Entscheidung besonders stark geprägt haben. Hierzu wurden sogenannte **prozentuale Wichtigkeiten** berechnet. Diese zeigen, vereinfacht ausgedrückt, welchen Anteil die einzelnen Attribute an der Gesamtentscheidung hatten. Wenn beispielsweise der Zinssatz eine hohe prozentuale Wichtigkeit aufweist, bedeutet dies nicht, dass andere Merkmale unwichtig sind. Es bedeutet aber, dass Veränderungen des Zinssatzes die Entscheidung dieses Kunden stärker beeinflussen als Veränderungen anderer Merkmale. Die prozentualen Wichtigkeiten machen somit sichtbar, welche „Stellhebel“ in der individuellen Entscheidung tatsächlich wirken.

Auf dieser Grundlage wurde anschließend untersucht, ob sich aus den 355 Einzelprofilen übergeordnete Kundentypen ableiten lassen. Methodisch erfolgte dies mithilfe einer Clusteranalyse. Auch hier ist der Grundgedanke einfach: Eine Clusteranalyse sucht nach Ähnlichkeiten in den Präferenzmustern der Befragten. Personen, die ähnlich entscheiden, werden zu Gruppen verdichtet; Personen mit deutlich abweichenden Präferenzprofilen landen in unterschiedlichen Gruppen. Es geht also nicht darum, Kundinnen und Kunden nach Alter, Einkommen oder Wohnort zu sortieren, sondern nach ihrer tatsächlichen Entscheidungslogik in der Anschlussfinanzierung.

Die Clusteranalyse führte zu drei klar unterscheidbaren Kundenprofilen.

Das erste Kundenprofil weist einen besonders starken Fokus auf den **Anbieter** auf. Für diese Kundinnen und Kunden spielt es eine überdurchschnittlich große Rolle, bei der bisherigen Bank zu bleiben. Gleichzeitig zeigen sie eine erhöhte Bedeutung von Leistungs- und Ausstattungsmerkmalen, insbesondere von Flexibilitätsrechten wie Sondertilgungsmöglichkeiten. Diese Gruppe haben wir als **Anbieterfokussierte** bezeichnet. Ihr Anteil an der Stichprobe liegt bei rund **33 %**.

Das zweite Kundenprofil ist deutlich stärker auf den **Zinssatz** ausgerichtet. Diese Kundinnen und Kunden reagieren besonders sensibel auf Konditionsunterschiede und

sind eher bereit, für einen attraktiveren Zinssatz Kompromisse an anderer Stelle einzugehen – etwa bei der Zinsbindung oder bei einer höheren vertraglichen Tilgung. Diese Gruppe bezeichnen wir als **Zinsfokussierte**. Sie stellt mit rund **42 %** das größte Segment.

Das dritte Kundenprofil stellt die **monatliche Rate** in den Mittelpunkt. Für diese Kundinnen und Kunden ist entscheidend, dass die Anschlussfinanzierung im laufenden Haushaltsbudget tragfähig bleibt und die Rate möglichst nicht beziehungsweise nur begrenzt steigt. Der Zinssatz ist auch für diese Gruppe nicht irrelevant, wird aber stärker durch die Frage überlagert, welche konkrete monatliche Belastung daraus entsteht. Diese Gruppe nennen wir **Ratenfokussierte**. Ihr Anteil liegt bei rund **25 %**.

Die Ergebnisse zeigen damit deutlich: Den einen Prolongationskunden gibt es nicht. Hinter der gleichen objektiven Ausgangslage – auslaufende Zinsbindung, höhere Anschlusskondition, neue Finanzierungsentscheidung – stehen unterschiedliche Entscheidungsmuster. Für einen Teil der Kunden ist die bestehende Bankbeziehung der zentrale Anker. Für einen anderen Teil steht die Kondition im Vordergrund. Für eine dritte Gruppe entscheidet vor allem die monatliche Leistbarkeit. Genau hierin liegt die praktische Relevanz der Segmentierung.

Besonders interessant ist jedoch ein Befund, der auf den ersten Blick irritieren kann: Die drei Segmente unterscheiden sich nur vergleichsweise geringfügig in ihrer tatsächlichen Wechselbereitschaft. Im Segment der Zinsfokussierten liegt die Wechselbereitschaft mit rund **25 %** erwartungsgemäß etwas oberhalb des Durchschnitts von rund **20 %**. Im Segment der Anbieterfokussierten liegt sie mit rund **17 %** etwas darunter. Das sind Unterschiede, aber keine Welten.

Man könnte diesen Befund vorschnell als Widerspruch interpretieren. Wenn die Präferenzprofile so unterschiedlich sind, müssten dann nicht auch die Wechselquoten deutlich stärker auseinanderfallen? Aus unserer Sicht ist genau das Gegenteil der Fall: Der Befund bestätigt die Segmentierung.

Denn die Segmentierung beschreibt nicht schlicht, wer wechseln möchte und wer nicht. Sie beschreibt, **warum** Kundinnen und Kunden für ein Angebot empfänglich sind oder es ablehnen. Ein zinsfokussierter Kunde wechselt nicht automatisch. Er bleibt aber nur dann, wenn er das Gefühl hat, dass seine Preissensibilität ernst genommen wird. Ein anbieterfokussierter Kunde bleibt nicht automatisch. Er bleibt vor allem dann, wenn sein Vertrauen in die bisherige Bank bestätigt und nicht enttäuscht wird. Ein ratenfokussierter Kunde wechselt ebenfalls nicht zwangsläufig. Er benötigt aber eine Lösung, die seine monatliche Belastung nachvollziehbar adressiert, oder muss verstehen, dass ein Bankwechsel auch keine Wunder bewirken kann und wird.

Genau darin liegt die entscheidende Erkenntnis: Undifferenzierte Marktbearbeitung kann alle drei Segmente gleichzeitig verfehlen. Ein standardisiertes, nicht näher erläutertes und zentral versendetes Prolongationsangebot motiviert den Zinsfokussierten womöglich erst dazu zu vergleichen und der Anbieterfokussierte könnte emotional auf den deutlich erhöhten Angebotszins derart reagieren, dass er bzw. sie seine bzw. ihre

Vertrauensbeziehung in seine bzw. ihre bisherige Bank, mit der man doch eigentlich zufrieden war, doch näher hinterfragt. Ratenfokussierte wiederum könnten sich mit vollendeten Tatsachen konfrontiert sehen und in einer sowieso schon belasteten Situation nach jedem Strohhalm greifen, der sich anbietet. Dann entsteht Wechselbereitschaft nicht trotz, sondern wegen fehlender Differenzierung.

Umgekehrt bedeutet dies: Differenzierte Marktbearbeitung eröffnet die Chance, alle drei Segmente zu halten – allerdings auf unterschiedliche Weise. Nicht jeder Kunde braucht dasselbe Angebot. Aber jeder Kunde braucht das Gefühl, dass seine Entscheidungssituation verstanden wurde. Wer in einer schwierigen Zinsphase Alternativen aufzeigt, Wahlmöglichkeiten erklärt und die relevanten Entscheidungstreiber des jeweiligen Kunden adressiert, erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass aus einer kritischen Prolongationssituation eine stabile Fortsetzung der Kundenbeziehung wird.

Die zentrale Botschaft lautet daher: Die Wechselbereitschaft ist nicht allein eine feste Eigenschaft des Kunden. Sie ist auch eine Reaktion auf die Passung des Angebots. Genau deshalb wird „One-Size-fits-all“ in der Prolongation schnell zu „One-Size-fits-none“.

Handlungsempfehlungen für Regionalbanken

Die vorangegangenen Kapitel haben gezeigt: Die Prolongationswelle ist groß, sie trifft auf ein herausforderndes Zinsumfeld und sie erreicht Kundinnen und Kunden mit sehr unterschiedlichen Entscheidungslogiken. Damit stellt sich nun die entscheidende Managementfrage: Woran wird sich bemessen, ob Regionalbanken diese Marktphase erfolgreich nutzen?

Aus unserer Sicht lässt sich der „Business Case Prolongationswelle“ auf drei zentrale Treiber verdichten. Erstens auf die **durchschnittlich neu vereinbarte Marge**. Zweitens auf die **eigene Prolongationsquote**, also die Wahrscheinlichkeit, mit der bestehende Baufinanzierungskunden gehalten werden. Drittens auf das **Volumen an Anschlussfinanzierungen, das von anderen Instituten gewonnen werden kann**. Übersetzt heißt dies: Es geht um Marge, Bestandssicherung und Marktanteilsgewinn.

Diese drei Treiber wirken nicht isoliert. Ein zu aggressiver Preis kann zwar die Prolongationsquote erhöhen, aber die Marge belasten. Eine zu hohe Margenanforderung kann wirtschaftlich sinnvoll erscheinen, aber wechselfertige Kunden in die Arme des Wettbewerbs treiben. Eine starke Außenpositionierung kann neue Volumina bringen, aber nur dann wertvoll sein, wenn das Geschäft nicht zu Konditionen gewonnen wird, die den Business Case entwerten. Genau deshalb darf die Prolongationswelle nicht nur vertriebslich, nicht nur preislich und nicht nur prozessual gedacht werden. Sie erfordert ein abgestimmtes Vorgehen.

Vier Handlungsfelder stehen dabei im Mittelpunkt: die eigene Preis- und Produktgestaltung, die aktive Marktbearbeitung nach innen, die aktive Marktbearbeitung nach außen sowie eine angepasste Aufstellung im Vermittlergeschäft. Diese vier Felder greifen auf unterschiedliche Weise in die drei Treiber des Business Case ein. Die Preis- und Produktgestaltung wirkt direkt auf die Marge und indirekt auf Prolongationsquote und Neugeschäft. Die interne Marktbearbeitung wirkt vor allem auf die Haltewahrscheinlichkeit bestehender Kunden. Die externe Marktbearbeitung adressiert das von anderen Banken gewinnbare Volumen. Das Vermittlergeschäft wiederum „schwimmt mit“: Es beeinflusst alle drei Treiber, ohne einen davon allein gezielt zu steuern.

Preis- und Produktgestaltung: differenzieren statt pauschal rabattieren

Die Preis- und Produktgestaltung ist der offensichtlichste, aber auch der sensibelste Hebel. In einem Umfeld stark gestiegener Anschlusskonditionen liegt es nahe, Kundinnen und Kunden über den Preis zu halten. Diese Logik ist nicht falsch, aber unvollständig. Wer

Prolongationen allein über Konditionszugeständnisse steuert, verschenkt im Zweifel Marge bei jenen Kunden, die nicht ausschließlich zinssensibel entscheiden, und erreicht gleichzeitig jene Kunden nicht ausreichend, für die der Zinssatz tatsächlich das zentrale Entscheidungskriterium ist.

Die Ergebnisse der Kundenbefragung zeigen klar: Unterschiedliche Präferenzprofile erfordern unterschiedliche Angebotslogiken. Anbieterfokussierte Kunden benötigen vor allem Bestätigung, Vertrauen und ein Angebot, das die bestehende Beziehung sichtbar wertschätzt. Zinsfokussierte Kunden erwarten preisliche Wettbewerbsfähigkeit und Transparenz. Ratenfokussierte Kunden suchen vor allem eine tragfähige monatliche Lösung. Ein einziges Standardangebot kann diese drei Erwartungen kaum gleichzeitig erfüllen.

Genau deshalb sollte die Prolongation produktseitig stärker als Angebotssystem und weniger als Einzelkondition gedacht werden. Kundinnen und Kunden sollten nicht das Gefühl haben, einem fertigen Vorschlag ausgeliefert zu sein, sondern trotz des höheren Zinsniveaus noch mitgestalten zu können. Unterschiedliche Kombinationen aus Zinsbindung, Tilgungssatz, Sondertilgungsrechten und Ratenhöhe können helfen, Präferenzen sichtbar zu machen und Kunden in eine aktive Entscheidung zu führen. Die Bank steuert damit nicht nur den Preis, sondern auch die Selbstselektion der Kunden.

Für die Margenentwicklung ist dies zentral. Differenzierte Angebote ermöglichen, dort Marge zu verteidigen, wo Kundinnen und Kunden Leistungs- und Beziehungselemente honorieren, und dort gezielt wettbewerbsfähig zu sein, wo der Preis tatsächlich ausschlaggebend ist. One-Size-fits-all wird in diesem Umfeld schnell zu One-Size-fits-none. Eine gute Preis- und Produktgestaltung schafft hingegen Wahlmöglichkeiten, ohne die Ertragslogik aus der Hand zu geben.

Aktive Marktbearbeitung nach innen: Bestand halten, bevor er wackelt

Die eigene Prolongationsquote entscheidet darüber, wie viel des vorhandenen Bestands tatsächlich im Institut bleibt. Gerade Regionalbanken verfügen hier grundsätzlich über eine starke Ausgangsposition. Sie kennen viele Kundinnen und Kunden seit Jahren, häufig besteht neben der Baufinanzierung auch eine Hausbankbeziehung, und Vertrauen ist grundsätzlich vorhanden. Genau darin liegt aber auch die Gefahr: Wer Vertrauen als selbstverständlich voraussetzt, läuft Gefahr, es im entscheidenden Moment zu überdehnen.

Der wichtigste Grundsatz lautet daher: Das Prolongationsgespräch darf nicht der erste qualifizierte Kundenkontakt seit Abschluss der Erstfinanzierung sein. Viele Baufinanzierungen laufen über Jahre störungsfrei. Aus Risikosicht ist das erfreulich. Aus Beziehungssicht kann es jedoch bedeuten, dass die Bank in der Wahrnehmung des Kunden kaum noch stattfindet. Wenn dann nach neun oder zehn Jahren erstmals wieder ein standardisiertes Schreiben mit deutlich höherer Rate kommt, ist die Reaktion häufig nicht Dankbarkeit für die langjährige Finanzierung, sondern Irritation.

Aktive Marktbearbeitung nach innen beginnt deshalb deutlich vor dem akuten Prolongationszeitpunkt. Es geht darum, positive Kontaktpunkte aufzubauen, die Finanzierung regelmäßig einzuordnen und Kundinnen und Kunden frühzeitig auf die kommende Entscheidungssituation vorzubereiten. Nicht jeder Kontakt muss ein Verkaufsgespräch sein. Aber jeder relevante Kontakt kann dazu beitragen, dass die Bank als verlässlicher Finanzierungspartner präsent bleibt.

Dabei sollte die Ansprache nicht undifferenziert erfolgen. Die Präferenzprofile aus der Befragung liefern hierfür eine klare Orientierung. Anbieterfokussierte Kunden benötigen eine andere Tonalität als zinsfokussierte Kunden. Ratenfokussierte Kunden sollten frühzeitig verstehen, welche Stellhebel ihre künftige Belastung beeinflussen. Entscheidend ist, Kundinnen und Kunden dort abzuholen, wo ihre eigentliche Sorge oder Motivation liegt. Wer hingegen alle Kunden mit derselben zentral versendeten Botschaft anspricht, riskiert, mehrere Segmente gleichzeitig zu verfehlen.

Aktive Marktbearbeitung nach außen: Anschlussfinanzierer anderer Institute gewinnen

Die Prolongationswelle ist nicht nur ein Bestandsthema. Sie eröffnet auch die Möglichkeit, Anschlussfinanzierungen anderer Institute zu gewinnen. Gerade weil viele Kundinnen und Kunden aktuell mit höheren Raten, neuen Konditionen und teilweise stark erklärungsbedürftigen, aber unerläuterten Standardangeboten konfrontiert werden, entsteht Suchbewegung im Markt. Wer in dieser Situation sichtbar als Lösungsanbieter positioniert ist, kann profitieren.

Dafür reicht es jedoch nicht, allgemein auf Baufinanzierungskompetenz hinzuweisen. Viele Anbieter behaupten, gute Baufinanzierung zu können. Regionalbanken müssen klarer herausarbeiten, warum sie in der Anschlussfinanzierung konkret helfen können: mit regionaler Marktkennntnis, persönlicher Einordnung, tragfähigen Ratenlösungen, verständlicher Beratung und verlässlicher Begleitung. Aus der Masse herauszusteichen, bedeutet nicht zwingend lauter zu kommunizieren. Es bedeutet, die relevante Kundensituation präziser zu treffen als der Wettbewerb – und dabei sichtbarer zu sein.

Ein naheliegender Ansatzpunkt liegt zudem im eigenen Kundenbestand. Nicht selten bestehen Hausbankbeziehungen zu Kundinnen und Kunden, die ihre Immobilie vor zehn oder fünfzehn Jahren dennoch bei einem anderen Institut finanziert haben. Diese Kunden sind für die Bank keine kalten Leads. Sie haben bereits eine Beziehung zum Institut, nutzen Produkte und sind grundsätzlich erreichbar. Gerade hier sollte geprüft werden, welche Potenziale im Rahmen zulässiger Daten- und Vertriebslogiken identifiziert und angesprochen werden können.

Die externe Marktbearbeitung der Prolongationswelle ist damit kein klassisches Neukundenthema im engeren Sinne. Häufig geht es nicht darum, völlig fremde Kunden zu überzeugen, sondern bestehende oder bekannte Kundenbeziehungen in einem

relevanten Moment zu vertiefen. Der Wettbewerb um Anschlussfinanzierungen wird dort gewonnen, wo Institute frühzeitig sichtbar sind, wenn Kundinnen und Kunden beginnen, nach Alternativen zu suchen.

Vermittlergeschäft: Zusatzgeschäft sichern, Fehlanreize vermeiden

Das Vermittlergeschäft nimmt in der Prolongationswelle eine besondere Rolle ein. Es wirkt nicht so eindeutig wie die eigene Preisgestaltung, die interne Marktbearbeitung oder die externe Positionierung. Vielmehr „schwimmt“ es mit allen drei Treibern mit. Es kann zusätzliches Volumen bringen, Margen beeinflussen und zugleich Auswirkungen auf die eigene Prolongationsquote haben. Genau deshalb sollte es nicht nebenbei behandelt werden.

Zunächst gilt es, die eigene Wettbewerbsfähigkeit im Vermittlergeschäft nüchtern zu prüfen. Sind die angebotenen Konditionen im aktuellen Marktumfeld anschlussfähig? Sind die Margenansprüche realistisch? Gibt es Produkt- oder Prozessmerkmale, die im Vergleich zu anderen Anbietern hinderlich sind? Vermittlergeschäft folgt einer eigenen Logik. Wer hier nicht wettbewerbsfähig ist, findet in der Auswahl des Vermittlers schlicht nicht statt – unabhängig davon, wie stark die Marke im eigenen Geschäftsgebiet ist.

Gleichzeitig darf Vermittlergeschäft nicht nur unter Volumengesichtspunkten betrachtet werden. Entscheidend ist, ob es sich um profitables Zusatzgeschäft handelt oder ob bestehende Potenziale kannibalisiert werden. Besonders kritisch ist die Frage, ob aktuelle Provisions- und Prozesslogiken Fehlanreize setzen. Wenn Vermittler bei einem Bankwechsel wirtschaftlich besser gestellt sind als bei einer Verlängerung beim bisherigen Institut, kann dies die Prolongationsquote belasten. In einer Marktphase, in der viele Kunden ohnehin verunsichert sind, gewinnen solche Anreizstrukturen an Bedeutung.

Regionalbanken sollten daher ihre Vermittlerbeziehungen, Provisionsmodelle, Bearbeitungsprozesse und Konditionslogiken gezielt auf die Prolongationswelle hin überprüfen. Das Ziel kann nicht sein, jedem Volumen hinterherzulaufen. Ziel muss sein, das Vermittlergeschäft so auszurichten, dass es den Business Case unterstützt: durch zusätzliches, wirtschaftlich sinnvolles Volumen, durch stabile Beziehungen zu relevanten Vermittlern und durch eine Vermeidung von Anreizen, die gegen die eigene Bestandsverteidigung arbeiten.

Es lässt sich festhalten: Die Prolongationswelle wird nicht automatisch zur Ertragschance. Sie wird es nur dann, wenn Regionalbanken die drei Treiber Marge, Prolongationsquote und gewonnenes Fremdvolumen konsequent steuern und die vier Handlungsfelder sauber darauf ausrichten. Wer lediglich auf die Größe des Bestands vertraut, macht sich von Gewohnheit und Zufall abhängig. Wer hingegen Preis, Produkt, Marktbearbeitung und Vermittlergeschäft abgestimmt weiterentwickelt, schafft die Grundlage, aus einer außergewöhnlichen Marktphase auch ein außergewöhnlich gutes Kundengeschäft zu machen.

Wozu der ganze Aufwand?

Business Case eines professionalisierten Prolongationsmanagements

Die vorangegangenen Kapitel haben die wesentlichen Zusammenhänge der Prolongationswelle herausgearbeitet. Erstens: Die Prolongationswelle existiert nicht nur in der Theorie, sondern ist bereits im Markt angekommen. Zweitens: Sie trifft auf eine Zinslandschaft, die sowohl Kundinnen und Kunden als auch kreditgebende Institute vor neue Herausforderungen stellt. Drittens: Das Entscheidungsverhalten der Kunden folgt keiner einfachen Einheitslogik. Wer Anschlussfinanzierer halten oder gewinnen möchte, muss verstehen, ob Anbieter, Zinssatz oder monatliche Rate im konkreten Fall den Ausschlag geben.

Damit ist fachlich viel gesagt. Betriebswirtschaftlich ist damit aber noch nicht alles beantwortet. Denn nicht alles, was richtig klingt, lohnt sich automatisch in ausreichendem Maße. Zusätzliche Marktbearbeitung, differenzierte Angebote, neue Steuerungsimpulse und eine professionellere Aufstellung im Prolongationsgeschäft binden Kapazitäten, Aufmerksamkeit und im Zweifel auch Investitionsmittel. Es stellt sich daher die berechnigte Frage: **Wozu der ganze Aufwand?**

Oder konkreter formuliert: Ist die erfolgreiche Bearbeitung der Prolongationswelle für Regionalbanken wirklich ein GuV-relevanter Hebel – oder handelt es sich am Ende um ein strategisch interessantes, aber wirtschaftlich überschätztes Sonderthema?

Zur Beantwortung dieser Frage haben wir einen Business Case für ein modellhaftes Regionalinstitut aufgesetzt. Ziel war dabei ausdrücklich nicht, eine Scheingenauigkeit für jedes einzelne Institut zu erzeugen. Ohne interne Daten zu Beständen, Margen, Kosten, Prolongationsquoten und regionalen Marktanteilen kann kein exakter institutsindividueller Business Case berechnet werden. Möglich und aus unserer Sicht deutlich hilfreicher ist jedoch eine robuste Modellrechnung, die auf öffentlich verfügbaren Marktdaten, Verbandsstatistiken, Bundesbankzeitreihen sowie den Erkenntnissen unserer Prolongationsstudie 2025 aufsetzt. Diese kann Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, eine erste Orientierung geben.

Der Anspruch war entsprechend: Die Größenordnung des Ergebniseffekts soll greifbar werden. Nicht auf die zweite Nachkommastelle genau, aber so belastbar, dass Entscheiderinnen und Entscheider die Relevanz für das eigene Haus einschätzen können.

Herleitung des Prolongationsvolumens eines Musterinstituts

Ausgangspunkt unserer Modellrechnung ist ein Musterinstitut, das im Rekordjahr 2021 ein Baufinanzierungsneugeschäft von **100 Mio. Euro** abgeschlossen hat. Diese Normierung wurde bewusst gewählt. Sie erleichtert die Übertragung auf das eigene Institut: Wer im Jahr 2021 beispielsweise rund 200 Mio. Euro Neugeschäft abgeschlossen hat, kann die dargestellten Effekte näherungsweise verdoppeln; wer bei 50 Mio. Euro lag, entsprechend halbieren.

Im ersten Schritt wurde ausgehend von diesem Wert das historische Neugeschäft des Musterinstituts für die Jahre 2011 bis 2021 zurückgerechnet. Dabei wurde unterstellt, dass das Institut in diesem Zeitraum exakt mit dem deutschen Baufinanzierungsmarkt insgesamt gewachsen ist. Da der Gesamtmarkt im Jahr 2011 bei rund **187 Mrd. Euro** lag und damit etwa **66 %** des Marktvolumens des Jahres 2021 entsprach, ergibt sich für unser Musterinstitut im Jahr 2011 ein Neugeschäft von rund **66 Mio. Euro**.

Im zweiten Schritt wurden die jährlichen Neugeschäftsvolumina auf die jeweiligen Zinsbindungssegmente verteilt. Hierfür wurden die einschlägigen Zeitreihen der Deutschen Bundesbank herangezogen.¹² Auch hier wurde bewusst marktnah modelliert: Die Verteilung der abgeschlossenen Zinsbindungen unseres Musterinstituts entspricht in jedem Jahr der Verteilung im Gesamtmarkt. Auf diese Weise wird sichtbar, wie sich die Verschiebung hin zu längeren Zinsbindungen in den Boomjahren auf die spätere Prolongationswelle auswirkt. Während der Anteil von Zinsbindungen über zehn Jahren im Jahr 2011 noch bei etwa **30 %** lag, erreichte er im Jahr 2021 bereits rund **50 %**.

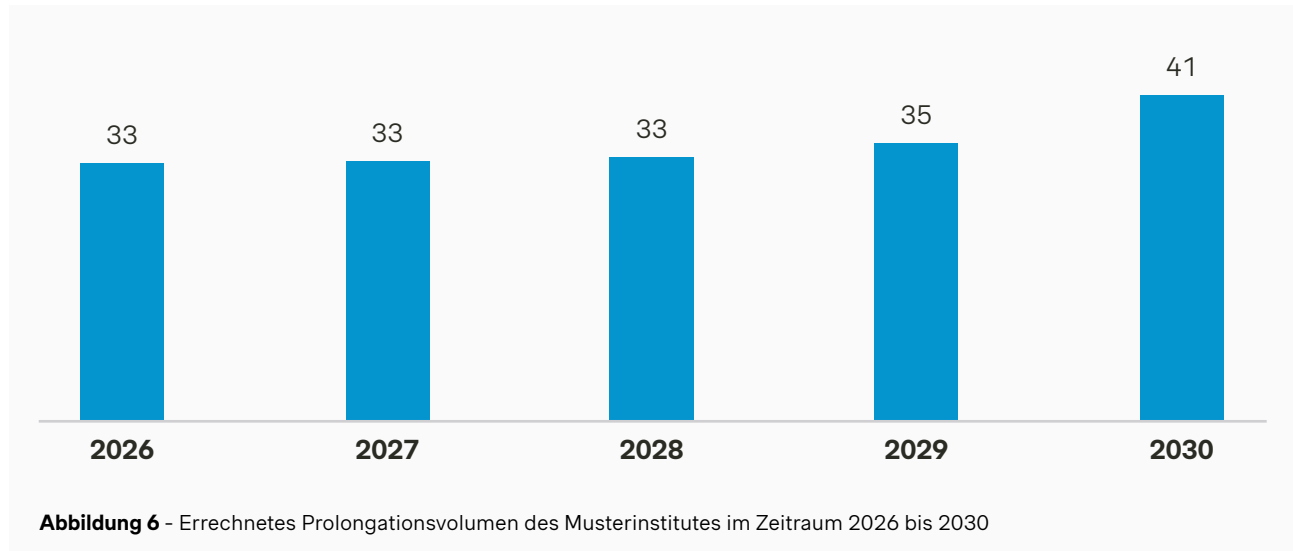
Im dritten Schritt wurden für die einzelnen Abschlussjahre und Zinsbindungssegmente die durchschnittlichen ursprünglichen Kundenkonditionen hergeleitet. Auch hierfür wurden Bundesbankzeitreihen zu Effektivzinssätzen in der Baufinanzierung differenziert nach Zinsbindungsfristen verwendet.¹³ Damit wurde abgebildet, zu welchen Konditionen die damaligen Neugeschäftsvolumina im Durchschnitt in die Bücher genommen wurden.

Abschließend wurde der Tilgungsverlauf modelliert. Für Finanzierungen mit Zinsbindungen bis zehn Jahre wurde eine durchschnittliche vertragliche Regeltilgung von **2,5 %** unterstellt, für Finanzierungen mit Zinsbindungen über zehn Jahre von **2,0 %**. Zusätzlich wurde angenommen, dass das regelmäßig vereinbarte Sondertilgungsrecht von 5 % im Durchschnitt zu rund **20 %** genutzt wird. Daraus ergibt sich eine tatsächliche jährliche Tilgung von **3,5 %** beziehungsweise **3,0 %**. Vorzeitige Ablösungen und weitere außerordentliche Rückführungen wurden zusätzlich mit **0,5 %** berücksichtigt. Insgesamt wurde somit je nach Zinsbindung mit einer jährlichen Tilgung von **4,0 %** beziehungsweise **3,5 %** gerechnet.

12. Zeitreihen der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A2C.O.B.A.2250.EUR.N und BBIM1.M.DE.B.A2C.P.B.A.2250.EUR.N

13. Zeitreihen der Deutschen Bundesbank BBIM1.M.DE.B.A2C.O.R.A.2250.EUR.N und BBIM1.M.DE.B.A2C.P.R.A.2250.EUR.N

Aus dieser Modellierung ergeben sich die in **Abbildung 6** dargestellten jährlichen Prolongationsvolumina unseres Musterinstituts für den Zeitraum **2026 bis 2030**. Damit ist die erste notwendige Grundlage des Business Case geschaffen: Wie viel Volumen steht überhaupt zur Neuverhandlung an?



Vom Volumen zur GuV-Simulation

Im nächsten Schritt wurde untersucht, welcher Ergebnisbeitrag aus diesem Prolongationsvolumen entstehen kann. Dafür wurde eine GuV-Simulation des Prolongationsgeschäfts für die Jahre 2026 bis 2030 erstellt. Auch hier gilt: Der Business Case soll nicht jedes Detail einer institutsindividuellen Kreditkalkulation ersetzen. Er soll zeigen, welche Ergebnisunterschiede entstehen, wenn die relevanten Treiber besser oder schlechter gesteuert werden.

Im Kern wird der Ertrag im Prolongationsgeschäft durch drei Faktoren bestimmt.

Erstens durch die **Prolongationsquote im eigenen Bestand**. Sie beschreibt, mit welcher Wahrscheinlichkeit ein zur Anschlussfinanzierung anstehender Kunde beim Institut gehalten werden kann. Für den Basis Case wurde eine Prolongationsquote von **78 %** angenommen. Dieser Wert entspricht dem in unserer Prolongationsstudie 2025 gemessenen Durchschnittswert für Sparkassen sowie Volks- und Raiffeisenbanken.

Zweitens durch die **mittlere Nettomarge** auf das realisierte Prolongationsvolumen. Für den Basis Case wurde eine Nettomarge nach Kosten von **0,50 %** unterstellt. Entscheidend ist hier nicht die Diskussion, ob dieser Wert für jedes Institut exakt zutrifft. Entscheidend ist, dass er als plausible Bezugsgröße dient, von der aus sich die Wirkung von Margenverbesserungen oder Margenverschlechterungen transparent simulieren lässt.

Drittens durch das **Volumen von Anschlussfinanzierungen, das von anderen Instituten gewonnen werden kann**. Dieses Fremdvolumen wurde über eine Rückwärtsrechnung hergeleitet. Wenn unser Musterinstitut im Jahr 2026 beispielsweise ein eigenes Prolongationsvolumen von **32,5 Mio. Euro** aufweist und dies das Ergebnis eines historischen Marktanteils von **25 %** im Neugeschäft ist, dann lässt sich daraus ein gesamter Prolongationsmarkt im Geschäftsgebiet von rund **130 Mio. Euro** ableiten.

Auf diesen Gesamtmarkt wurde anschließend die in der Prolongationsstudie 2025 gemessene durchschnittliche Wechslerquote über alle Bankengruppen von rund **24 %** angewendet. Im Beispiel des Jahres 2026 ergibt sich daraus ein Wechsler volumen von rund **31 Mio. Euro**. Davon entfallen rund **7,1 Mio. Euro** auf Kunden, die aus dem eigenen Institut abwandern. Aus Sicht des Musterinstituts verbleibt damit ein potenzielles externes Wechsler volumen von rund **24 Mio. Euro**.

Abschließend wurde festgelegt, welcher Anteil dieser Bankwechsler gewonnen werden kann. Für den Basis Case wurde ein Marktanteil von **15 %** innerhalb der Gruppe der Bankwechsler angenommen. Diese Annahme liegt bewusst unterhalb des angenommenen historischen Marktanteils von 25 % im Erstfinanzierungsgeschäft. Der Grund ist naheliegend: In der Anschlussfinanzierung ist der Beratungsbedarf häufig geringer, das Vergleichsverhalten stärker und der Preiswettbewerb intensiver. Direktbanken und andere preisaggressive Anbieter können in dieser Phase einen höheren Anteil erzielen als in der Erstfinanzierung.

Aus diesen Annahmen ergibt sich im Basis Case für die Jahre 2026 bis 2030 ein simulierter realisierbarer Zinsertrag aus dem Prolongationsgeschäft von rund **1,86 Mio. Euro**. Dieser Wert ist der Referenzpunkt, von dem aus sichtbar wird, wie stark aktives oder passives Prolongationsmanagement auf die GuV wirken kann.

Sensitivitäten: Wo der Business Case entsteht

Zur Quantifizierung der Ertragswirkungen eines professionalisierten Prolongationsmanagements wurden anschließend die relevanten Treiber mithilfe von Sensitivitätsanalysen untersucht. Die Logik dahinter ist einfach: Wenn Prolongationsquote, Nettomarge und gewonnenes Fremdvolumen die zentralen Ergebnishebel sind, muss sichtbar werden, wie stark sich das Ergebnis verändert, wenn genau diese Hebel besser oder schlechter ausfallen.

Konkret wurden drei Fragen untersucht.

Erstens: Wie entwickelt sich der Ertrag, wenn die angenommene Prolongationsquote im eigenen Bestand durch gezielte Maßnahmen um **5 beziehungsweise 10 Prozentpunkte** steigt – oder durch stärkere Aktivitäten des Wettbewerbs im gleichen Umfang fällt?

Zweitens: Wie entwickelt sich der Ertrag, wenn durch professionelle Preis- und Produktdifferenzierung die mittlere Nettomarge um **5 beziehungsweise 10 Basispunkte**

gesteigert werden kann – oder wenn Kunden nur durch entsprechende preisliche Zugeständnisse im gleichen Umfang gehalten werden können?

Drittens: Wie entwickelt sich der Ertrag, wenn durch gezielte Marktbearbeitung der Marktanteil bei Bankwechslern um **5 Prozentpunkte** gesteigert und damit näher an den historischen Marktanteil im Neugeschäft herangeführt werden kann?

Die Ergebnisse werden in zwei Sensitivitätstabellen dargestellt. In beiden Tabellen werden in den Zeilen unterschiedliche Prolongationsquoten und in den Spalten unterschiedliche Nettomargen variiert. Die einzelnen Zellen zeigen jeweils die Ertragsdifferenz über fünf Jahre im Vergleich zum Basis Case. Der Unterschied zwischen den beiden Tabellen liegt im angenommenen Marktanteil bei Bankwechslern: **Tabelle 1** unterstellt weiterhin **15 %**, **Tabelle 2** einen erhöhten Marktanteil von **20 %**.

	Δ Marge				
Δ Prolongationsquote	- 0,10 %	- 0,05 %	Basisszenario 0,50 %	+ 0,05 %	+ 0,10 %
+10 % (auf 88 %)	-180 T	30 T€	240 T€	450 T€	660 T€
+ 5 % (auf 83 %)	- 276 T€	- 78 T€	120 T€	318 T€	516 T€
Basisszenario (78 %)	- 372 T€	- 186 T€	0 T€	186 T€	372 T€
- 5 % (auf 73 %)	- 468 T€	- 294 T€	- 120 T€	54 T€	228 T€
-10 % (auf 68 %)	- 564 T€	- 402 T€	- 240 T€	- 78 T€	84 T€

Tabelle 1 - Sensitivitätsanalyse professionalisierten Prolongationsmanagements - Variante Marktanteil Anschlussfinanzierung 15 %

	Δ Marge				
Δ Prolongationsquote	- 0,10 %	- 0,05 %	Basisszenario 0,50 %	+ 0,05 %	+ 0,10 %
+10 % (auf 88 %)	-109 T€	109 T€	328 T€	547 T€	766 T€
+ 5 % (auf 83 %)	- 210 T€	- 4 T	202 T€	409 T€	615 T€
Basisszenario (78 %)	- 310 T€	- 116 T€	77 T€	186 T€	372 T€
- 5 % (auf 73 %)	- 410 T€	- 229 T€	- 120 T€	54 T€	228 T€
-10 % (auf 68 %)	- 511 T€	- 342 T€	- 240 T€	- 78 T€	84 T€

Tabelle 2 - Sensitivitätsanalyse professionalisierten Prolongationsmanagements - Variante Marktanteil Anschlussfinanzierung 20 %

Die Ergebnisse zeigen deutlich: Die Unterschiede zwischen professionellem und weniger professionellem Prolongationsmanagement sind erheblich. Bei einem unveränderten Marktanteil von **15 %** im Bankwechslersmarkt liegt die Ertragsdifferenz zwischen Best Case und Worst Case über fünf Jahre bei rund **1,2 Mio. Euro**. Wird zusätzlich berücksichtigt, dass ein professionelles Prolongationsmanagement auch den Marktanteil bei Bankwechslern erhöhen kann, steigt diese Differenz auf rund **1,5 Mio. Euro**.

Für ein Musterinstitut mit 100 Mio. Euro Baufinanzierungsneugeschäft im Jahr 2021 ist dies eine relevante Größenordnung. Noch wichtiger ist jedoch die Übertragbarkeit: Bei größeren Instituten skaliert der Effekt entsprechend. Wer 2021 ein Baufinanzierungsneugeschäft von 300 Mio. Euro erzielt hat, blickt bei vergleichbarer Struktur nicht auf einen Business-Case-Unterschied von 1,5 Mio. Euro, sondern näherungsweise auf ein Mehrfaches davon.

Was sich aus dem Business Case ableiten lässt

Die zentrale Erkenntnis lautet: Professionalisiertes Prolongationsmanagement ist kein reines Organisationsthema und keine vertriebliche Fleißaufgabe. Es ist ein ergebnis-relevanter Steuerungshebel.

Dabei entsteht der Business Case nicht durch einen einzelnen großen Effekt, sondern durch das Zusammenspiel mehrerer scheinbar kleiner Verbesserungen. Fünf Prozentpunkte mehr Prolongationsquote wirken für sich genommen überschaubar. Fünf Basispunkte mehr Nettomarge wirken ebenfalls zunächst nicht spektakulär. Ein etwas höherer Marktanteil bei Bankwechslern klingt eher nach ambitionierter Marktbearbeitung als nach GuV-Hebel. In Kombination und über mehrere Jahre entfalten diese Effekte jedoch erhebliche Wirkung.

Genau darin liegt die betriebswirtschaftliche Bedeutung der Prolongationswelle. Sie ist nicht nur groß genug, um strategisch relevant zu sein. Sie ist auch ertragssensitiv genug, dass Unterschiede in der Bearbeitungsqualität sichtbar in der GuV ankommen. Wer in dieser Phase unprofessionell agiert, verliert nicht nur einzelne Kunden oder einzelne Basispunkte. Er verliert Ergebnisbeitrag entlang aller drei Treiber: Prolongationsquote, Marge und Fremdvolumen.

Umgekehrt zeigt der Business Case, weshalb aktives Gestalten wirtschaftlich begründbar ist. Differenzierte Preis- und Produktlogiken, frühzeitige Marktbearbeitung im Bestand, gezielte Positionierung gegenüber Anschlussfinanzierern anderer Institute und eine bewusste Steuerung des Vermittlergeschäfts sind nicht nur fachlich sinnvoll. Sie zahlen direkt auf den Business Case ein.

Damit beantwortet sich die Ausgangsfrage dieses Kapitels klar: Der Aufwand lohnt sich. Nicht pauschal, nicht ohne Priorisierung und nicht ohne saubere Umsetzung. Aber die Ergebnishebel sind groß genug, um professionalisiertes Prolongationsmanagement als eines der relevanten Managementthemen im Baufinanzierungsgeschäft der kommenden Jahre zu behandeln. Die Prolongationswelle zu reiten, ist damit nicht nur eine Frage der Marktpräsenz. Es ist eine Frage der GuV.

Schlusswort

Im Vorwort dieser Studie haben wir das Bild der Verlängerung gewählt. Dieses Bild war bewusst doppeldeutig: Es ging um die Fortsetzung unserer Prolongationsstudie 2025 – und um jene Anschlussfinanzierungen, die nun in großer Zahl zur Verlängerung anstehen. Nach den Analysen dieser Studie lässt sich festhalten: Die Analogie trägt nicht nur, sie gewinnt an Schärfe.

Die reguläre Spielzeit liegt hinter uns. Die Jahre 2015 bis 2021 waren für viele Regionalbanken starke Jahre im Baufinanzierungsgeschäft. Hohe Nachfrage, niedrige Zinsen und eine starke regionale Verankerung haben zu erheblichen Neugeschäftsvolumina geführt. Viele Institute haben in dieser Phase erfolgreich gespielt. Sie haben Bestände aufgebaut, Marktanteile gesichert und Kundenbeziehungen begründet, die nun wieder entscheidungsrelevant werden.

Doch wer in der regulären Spielzeit gut gespielt hat, hat das Spiel noch nicht automatisch gewonnen. Die eigentliche Bewährungsprobe folgt jetzt. Denn die Bestände aus den Boomjahren laufen in eine Marktphase hinein, in der Kundinnen und Kunden deutlich höhere Anschlusszinsen verkraften müssen, Banken ihre Margen verteidigen wollen und Wettbewerber gezielt nach wechselbereiten Anschlussfinanzierern suchen. Die 500-Mrd.-Euro-Frage ist damit keine theoretische Marktprojektion mehr. Sie wird zur praktischen Managementaufgabe.

Genau deshalb ist die Verlängerung so wichtig. In der Verlängerung bleibt Gestaltungsspielraum. Es gibt noch System, Taktik, Vorbereitung und Wechselmöglichkeiten. Man kann das Spiel lesen, Kräfte richtig einteilen, Schwachstellen schließen und Chancen bewusst herausspielen. Übertragen auf Regionalbanken heißt dies: Kundinnen und Kunden können frühzeitig angesprochen, Präferenzprofile verstanden, Angebote differenziert, Ratenalternativen aufgezeigt und Beziehungen aktiv gestärkt werden. Wer jetzt agiert, muss später weniger reagieren.

Das Gegenbild dazu ist das Elfmeterschießen. Dort wird es eng. Dort entscheidet oft nicht mehr das bessere System, sondern die einzelne Eins-gegen-eins-Situation. Bank gegen Bank. Angebot gegen Angebot. Basispunkt gegen Basispunkt. Aus Beziehung wird Vergleichbarkeit, aus Vertrauen wird Tabellenkalkulation, aus Beratung wird Preisverteidigung. Natürlich kann man auch ein Elfmeterschießen gewinnen. Aber es ist die schlechteste Bühne für das, was Regionalbanken eigentlich stark macht.

Denn Nähe, Vertrauen, regionale Verankerung und persönliche Beratung entfalten ihre Wirkung nicht erst dann, wenn Kundinnen und Kunden bereits mit mehreren Vergleichsangeboten am Tisch sitzen. Diese Stärken müssen vorher sichtbar werden. Sie müssen erlebbar sein, bevor die Anschlussfinanzierung akut wird. Wer erst im Elfmeterschießen beginnt, über Strategie nachzudenken, hat einen wesentlichen Teil der Strategie bereits verpasst.

Die zentrale Botschaft dieser Studie lautet daher: Prolongationsmanagement ist kein administrativer Nachlauf des Neugeschäfts. Es ist ein eigenständiges strategisches Geschäftsfeld. Es entscheidet über Bestandsbindung, Margenentwicklung, gewonnenes Fremdvolumen und damit über einen spürbaren Beitrag zur GuV. Die gebratenen Tauben fliegen keiner Bank von allein in den offenen Mund – auch nicht in einer Prolongationswelle.

Regionalbanken verfügen über eine gute Ausgangsposition. Sie haben die Kunden, die Bestände, die regionale Nähe und in vielen Fällen das Vertrauen. Aber Ausgangsposition ist nicht Ergebnis. Wer die Verlängerung erfolgreich gestalten will, braucht Klarheit über die eigenen Volumina, ein belastbares Verständnis der Kundenpräferenzen, differenzierte Angebotslogiken und eine Marktbearbeitung, die nicht erst beginnt, wenn der Wettbewerb bereits mit am Tisch sitzt.

Am Ende geht es um eine einfache Frage: Wollen Banken die Prolongationswelle spielen – oder sich von ihr spielen lassen?

Die Verlängerung hat begonnen. Jetzt kommt es darauf an, sie zu nutzen.

Autoren

**Dr. Steven Kiefer**

Partner

Frankfurt Office

Tel.: +49 69 90501 00

Mobile: +49 160 1671114

steven.kiefer@simon-kucher.com

**Hendrik Tacke**

Director

Frankfurt Office

Tel.: +49 69 90501 00

Mobile: +49 170 9546043

hendrik.tacke@simon-kucher.com

**Jonathan Schöck**

Senior Manager

Frankfurt Office

Tel.: +49 69 90501 00

Mobile: +49 170 4424497

jonathan.schoeck@simon-kucher.com

Frankfurt Office

Taunusanlage 9-10
60329 Frankfurt/Main, Deutschland
Tel. +49 69 905010 0
frankfurt@simon-kucher.com

Jetzt folgen



Mehr entdecken

simon-kucher.com

© 2026 Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing
Consultants GmbH. All rights reserved.

SIMON 
KUCHER
Unlocking better growth