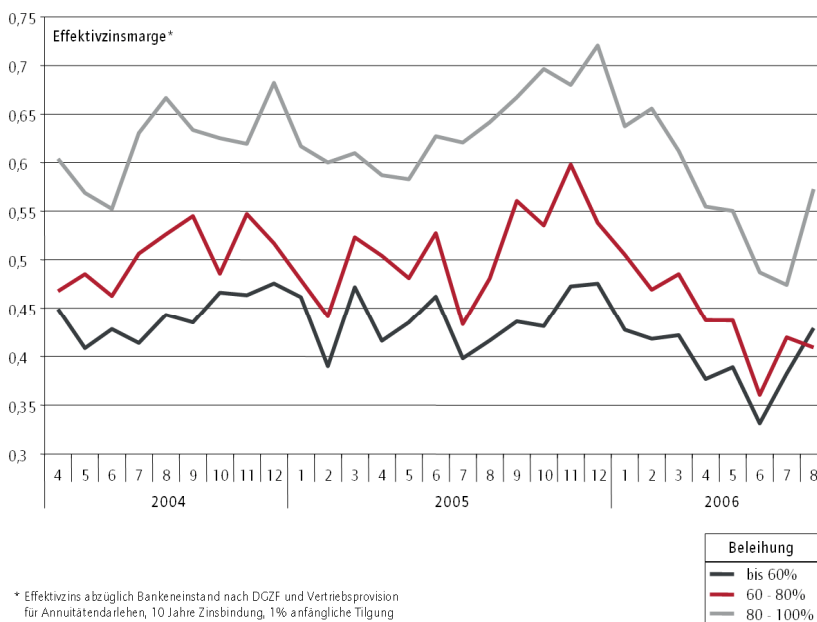




Zum Preiskampf zwischen Sparkassen und Direktbanken

Die Bankmargen für Baufinanzierungen waren im Sommer auf einem Tiefststand



Berlin, 15. September 2006 – Im Geschäft mit großen Finanzvertrieben erreichten die Bankmargen bei Baufinanzierungen mit Privatkunden im Juni bzw. Juli den Tiefststand der letzten drei Jahre. Dies ist das Ergebnis einer Untersuchung der Hypoport AG, die für die großen Finanzvertriebe in Deutschland (unter anderem MLP, AWD, Bonnfinanz, Dr. Klein, Creditweb, Freie Hypo, Deutscher Ring) eine gemeinsame Vermittlungsplattform betreibt. Bei Beleihungen in Höhe von 80 bis 100 Prozent der Immobilie fielen die Margen im Vergleich zum Höchststand am Jahresende 2005 um etwa ein Drittel – von 0,72 auf 0,47 Prozent. Am relativ stärksten fielen die Margen für Beleihungen von 60

bis 80 Prozent der Immobilie, und zwar von 0,6 auf 0,36 Prozent. Inzwischen sind diese Margen etwa gleich mit Margen für Beleihungen bis 60 Prozent der Immobilie, die von 0,47 auf 0,33 Prozent fielen.

Für die Finanzvertriebe sind niedrige Bankmargen eine gute Nachricht, denn Sie können damit ihren Kunden im Vergleich zu Sparkassen und Filialbanken sehr attraktive Konditionen anbieten. Prof. Dr. Thomas Kretschmar, Vorstandsvorsitzender der Hypoport AG, schätzt, dass bei Baufinanzierungen der Marktanteil der Finanzvertriebe in Deutschland in den letzten drei Jahren von 10 Prozent auf ca. 25 Prozent gestiegen ist. Damit besteht immer noch ein hohes Wachstumspotenzial, denn in vielen großen Hypothekmärkten – allen voran USA und Großbritannien – ist der Marktanteil der Finanzvertriebe inzwischen schon größer als der der Bankfilialen. Für die deutschen Marktführer ING-DiBa und Postbank/DSL Bank sind Finanzvertriebe bereits zum weit überwiegenden Anteil am Neugeschäft beteiligt.

Zur angekündigten Preisoffensive der Sparkassen im Wettbewerb gegen Direktbanken kommentiert Kretschmar: „Die Sparkassen und Filialbanken haben noch nicht verstanden, dass ihr Wettbewerber der Finanzvertrieb ist. Es geht ja nicht nur um die Kondition, obwohl Finanzvertriebe, die unsere Plattform nutzen, dort sehr aggressiv sein können. Vor allem geht es aber um den Kunden, sein Finanzierungsproblem und die beste Lösung, die es im Markt für ihn gibt – und das ist sehr oft eben nicht die Hausmar-



ke der Hausbank. Der Markt bietet ein viel größeres Spektrum an Spezialprodukten, wie Finanzierungen mit 20 Jahren Zinsbindung, variable Darlehen mit oder ohne Cap, Forwarddarlehen oder Finanzierungen für Kunden mit sehr wenig Eigenkapital oder knapperen Bonitäten.“

Über die Hypoport AG

Der Hypoport-Konzern ist ein technologieorientierter Allfinanzdienstleister neuen Typus. Durch die Verbindung von Vertriebs-, Prozess- und Technologie-Kompetenz unter einem Dach werden die Kernkompetenzen des Finanzdienstleistungsgeschäfts der Zukunft einzigartig besetzt. Die Unabhängigkeit und Offenheit unserer Geschäftsmodelle macht uns zu einem Anbieter mit ungewöhnlicher breitem Kunden- und Partnernetzwerk.

Privatkunden und Wohnungsunternehmen bietet DR. KLEIN – unser unabhängiger Finanzvertrieb – die gesamte Produktpalette vom Girokonto, der Geldanlage, über Versicherungs- und Vorsorgeprodukte bis hin zur Immobilienfinanzierung. Im Privatkundengeschäft veredeln wir hierbei in branchenweit einmaliger Art und Weise den überwiegend im Onlinevertrieb gewonnen Kunden durch den produktspezifischen Einsatz von Tele-Sales und stationärem Vertrieb.

Andere unabhängige Finanzdienstleister und Institutionelle Kunden nutzen durch die von uns geschaffene und betriebene Transaktionsplattform EUROPACE unsere Kernkompetenzen, um ihre eigene Wertschöpfung zu optimieren und tragen dadurch zu einer fortschreitenden Automatisierung und Standardisierung des Marktes auf Basis unserer Technologie bei.

Kontakt

Für Fragen zur Hypoport AG, der EUROPACE-Plattform oder anderen Themen der Immobilienfinanzierung und Finanzdienstleistung wenden Sie sich bitte an:

Sven Westmattmann, Allan Saunderson
Hypoport AG, Berlin
Tel. +49 (0)30 42 08 6 -155
Mob. +49 (0)172 672 39 38
sven.westmattmann@hypoport.de
www.hypoport.de/presse.html

