



## **Presseinformation: Filialbanken haben ausgedient – Die Plattformwelt für Finanzdienstleistungen ist Modell der Zukunft**

Mercer-Studie untersucht europaweit Immobilienfinanzierungsvertriebe

Berlin, 3. Mai 2007 – Mit der kürzlich von Mercer Oliver Wyman veröffentlichten Studie „European mortgage distribution“ liegt erstmals eine umfangreiche Darstellung des Marktes für den Immobilienfinanzierungsvertrieb in Europa vor. Während in der Vergangenheit einzelne Finanzvertriebe mit ausgewählten Darlehensgebern zusammen gearbeitet haben, liegt die Zukunft laut Studie in der Plattformwelt, die viele Finanzvertriebe mit vielen Darlehensgebern integriert. Die EUROPACE-Plattform wird in diesem Zusammenhang als Akquisitionssystem der Zukunft für die Gewinnung von Immobilienfinanzierungskunden besonders hervorgehoben.

Für Deutschland sieht Mercer ein hohes Wachstumspotential: Während der indirekte Vertrieb (gebundene Vermittler, freie Vermittler, Drittbanken) derzeit einen Marktanteil von nur 30 Prozent hat, sieht die Studie in ihrem Modell einen Potenzial von 45 Prozent für Deutschland.

Das Internet ist in den untersuchten Märkten Deutschland, Frankreich; Spanien, Großbritannien und Schweden mit jeweils ca. 20 Prozent Anteil an den Vertriebskanälen zwar bedeutend, aber noch lange nicht dominierend. Für die Kunden hingegen ist das Internet mit einem Anteil von jeweils über 50 Prozent bereits der wichtigste Informationskanal. Die Herausforderung für Finanzvertriebe wird es damit sein, das Kundeninteresse zwar im Internet zu generieren, jedoch anschließend über jeden von der Zielgruppe gewünschten Vertriebskanal (persönlich, telefonisch, online) zu bearbeiten.

Der Kunden von heute ist nicht nur besser informiert und kritischer, sondern auch wesentlich preissensibler als früher. Laut der Studie holen zwei Drittel aller Kunden inzwischen neben ihrer Hausbank weitere Angebote ein. 25 (in Schweden) bis 60 Prozent (in Großbritannien) aller Kunden wechseln bei der ersten Gelegenheit zur Optimierung von Preis-Leitungsverhältnissen auch ihre Hausbank.

Damit sind inzwischen auch Banken in einem vom Kunden bestimmten Markt angekommen. 60-75 Prozent aller Kunden nehmen bei der Auswahl ihrer Immobilienfinanzierung zudem einen externen Berater in Anspruch. Dieser muss jedoch nicht zwangsläufig ein Vermittler sein. Bester Preis und exzellente Beratung sind gleichgewichtig die wichtigsten Anforderungen von Kunden. Sie sind Motiv sowie Auswahlkriterium.

### **Erfolgsmodell Plattformwelt: Netzwerk aus Finanzvertrieben und Darlehensgebern**

78 Prozent der Banken erlauben individuelle Konditionenverhandlungen mit den Kunden. Die Darlehensgeber schenken dabei Finanzvertrieben zunehmend Aufmerksamkeit. Bereits etwa die Hälfte bieten Finanzvertrieben ein differenziertes Produktangebot bzw. differenzierte Konditionen.

Ein wesentlicher Trend besteht darin Immobilienfinanzierung als Kundenbindungsinstrument zu nutzen und über Cross-Selling weitere Wertschöpfung mit dem Kunden zu generieren. Während in Deutschland als stärkstes Cross-Selling-Produkt das Girokonto vertrieben wird, sind es in den anderen Ländern vornehmlich Versicherungsprodukte, die einen deutlich höheren Zusatzertrag generieren dürften. Besonders Eindrucksvoll ist der massive Trend der Darlehensgeber zur Internationalisierung. 86 Prozent gaben an, über Neugründungen im Ausland, Unternehmensübernahmen oder grenzüberschreitende



Darlehensvergaben im Ausland tätig sein zu wollen. Dabei war gleich nach regulatorischen und steuerlichen Aspekten der Zugang zu Vertriebskanälen das zweitgrößte zu überwindende Hindernis. Hypoport sieht sich in diesem Markt als internetbasierter Allfinanzdienstleister mit führender Plattform sowie mit einer Strategie zur Internationalisierung hervorragend positioniert.

*Die Gemeinschaftsstudie „European mortgage distribution; Changing channel choices“ 2007, von Mercer Oliver Wyman, der European Financial Management and Marketing Association (EFMA) und FORTIS ist zu beziehen über: [www.mow.com](http://www.mow.com)*

## Über die Hypoport AG

Der Hypoport-Konzern mit Sitz in Berlin ist ein internetbasierter Allfinanzdienstleister. Das Geschäftsmodell der Hypoport AG besteht aus zwei voneinander profitierenden Säulen, dem Vertrieb von Finanzprodukten sowie der Bereitstellung einer Transaktionsplattform für die Vermittlung von Finanzprodukten über das Internet.

Über die 100%-Tochter Dr. Klein & Co. AG bietet Hypoport Privatkunden im Internet und auf Wunsch mit telefonischer oder persönlicher Beratung Bank- und Finanzprodukte – vom Girokonto über Versicherungsleistungen bis hin zur Immobilienfinanzierung. Hierbei wählt die unabhängige Dr. Klein & Co. AG aus einem breiten Angebot von mehr als 100 namhaften Bank- und Versicherungsunternehmen die für den Kunden besten Produkte aus. Durch die internetgestützten Prozesse werden Kostenvorteile generiert, die an den Privatkunden weitergegeben werden. Dies ermöglicht Dr. Klein, meist deutlich günstigere Konditionen als lokale Banken, Sparkassen und Versicherungsagenturen anzubieten. Darüber hinaus ist Dr. Klein im seit 1954 bestehenden Geschäftsbereich Immobilienfirmenkunden Marktführer bei der Finanzierung von kommunalen und genossenschaftlichen Wohnungsunternehmen.

Mit dem B2B-Finanzmarktplatz EUROPACE betreibt Hypoport die größte deutsche Online-Transaktionsplattform zum Abschluss von Finanzierungsprodukten. Ein voll integriertes System vernetzt mehr als 30 Banken mit mehreren tausend Finanzberatern und ermöglicht so den schnellen, direkten Vertragsabschluss. Die hoch automatisierten Prozesse der Plattform führen zu deutlichen Kostenvorteilen. Bereits heute werden ca. 400 Finanzierungen am Tag über EUROPACE abgewickelt. Darüber hinaus wird EUROPACE als Informationsplattform für ABS-Transaktionen in Europa genutzt.

### Kontakt

Für weitere Fragen wenden Sie sich bitte an:

Karen Niederstadt  
Group Communications Director

Hypoport AG  
Klosterstraße 71  
10179 Berlin  
Tel. +49 (0)30 42 08 6 - 1930  
Fax +49 (0)30 42 08 6 - 1939  
Mob. +49 (0)172 30 88 221

[karen.niederstadt@hypoport.de](mailto:karen.niederstadt@hypoport.de)  
[www.hypoport.de/presse.html](http://www.hypoport.de/presse.html)

