

# Banking in the year 2032



# Banking in the year 2032

The impact of the new media.



# A travel in time...

2007

2032





In 25 years today's children  
will be our customers.



The Bauspar consultants of the future

Just science fiction? Really?  
Within 25 years a lot may change ...



1982



1992



2007



2032

Technology of yesterday, today  
and tomorrow ...



1982



1992



2007



2032

Technology of yesterday, today  
and tomorrow ...

# 25 years – one generation – different worlds ...

## **1982:**

You want to book a trip. You consult the travel agency and sign a contract. Your ticket is a thick document.

## **2007:**

You want to book a trip, you compare tour operators and prices, book online and receive your ticket by email.





# 25 years – one generation – different worlds ...

## **1982:**

Your daughter studies in Australia. You are keeping in touch via airmail (a letter takes 2 weeks) or phone calls which are quite expensive (and therefore rare).

## **2007:**

Twice a week you see your daughter live and speak with her – via PC, Skype and Webcam.



# 25 years – one generation – different worlds ...

## **1982:**

Teenagers meet under the village oak,  
at the youth club or in the park at night .

## **2007:**

Teenagers meet online, at Myspace oder Warcraft.  
They interchange virtually, via communities.



# 25 years – one generation – different worlds ...

## **1982:**

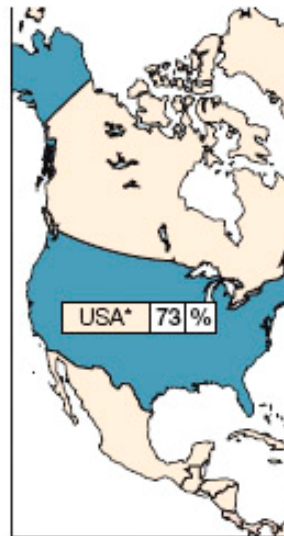
You want to subscribe for shares or need an account statement. During the opening hours you visit your bank, the teller's window. There is no comparison of terms and conditions in the case of a construction or Bauspar loan, the client trusts his consultant and his local bank. Although direct banks already exist, their clientele is unimportant and correspondence is maintained by mail.

## **2007:**

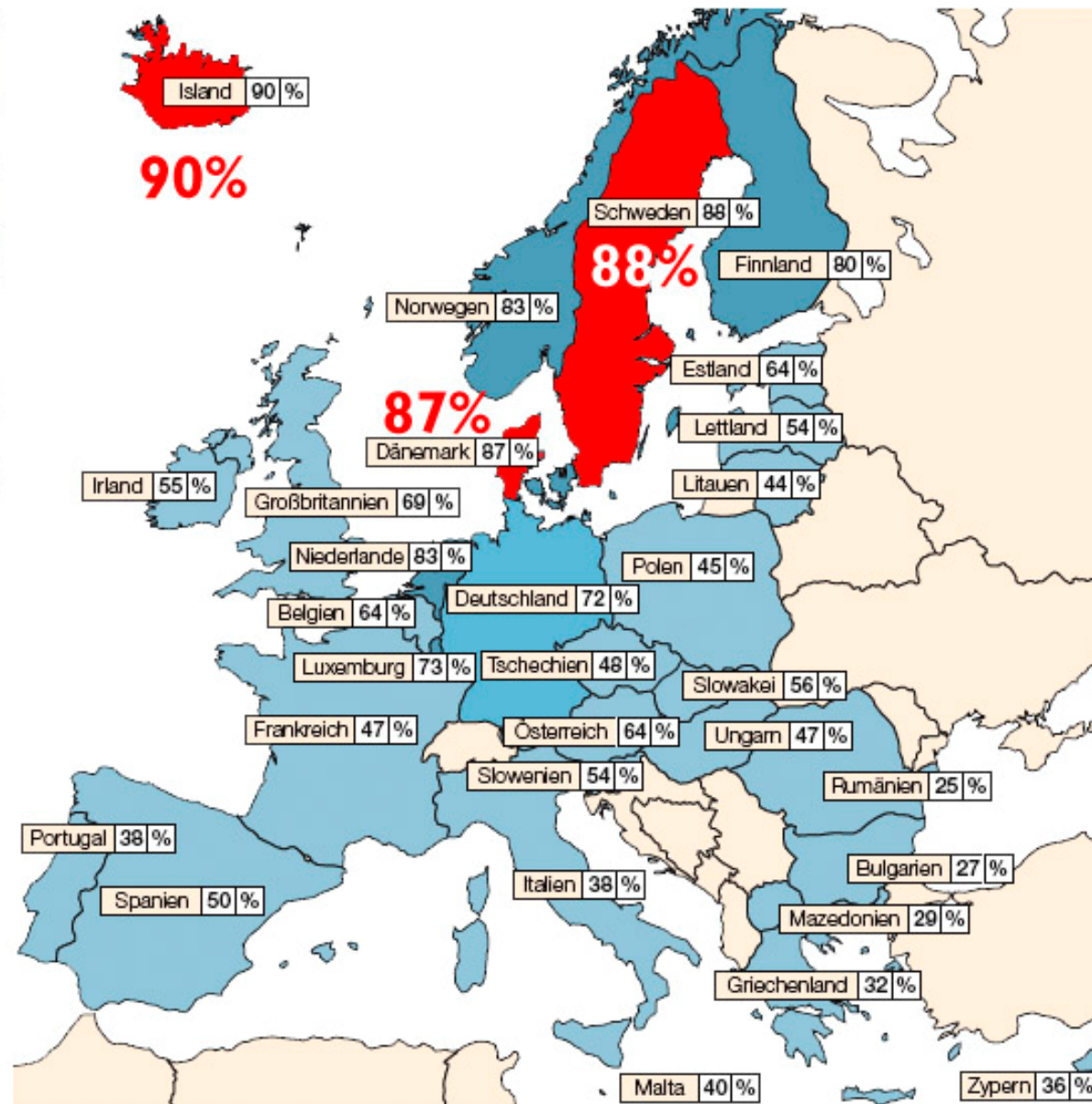
Shares are subscribed online. Account statements are available round the clock via ATM or internet. You obtain information regarding financial services and their terms and conditions on the internet or comparisons in newspapers/magazines. Beside your main bank account, various other bank accounts exist. You also make use of independent agents and internet services. Direct banking is popular.



# The use of the internet in 2007



Quelle: Pew Internet & American Life Project



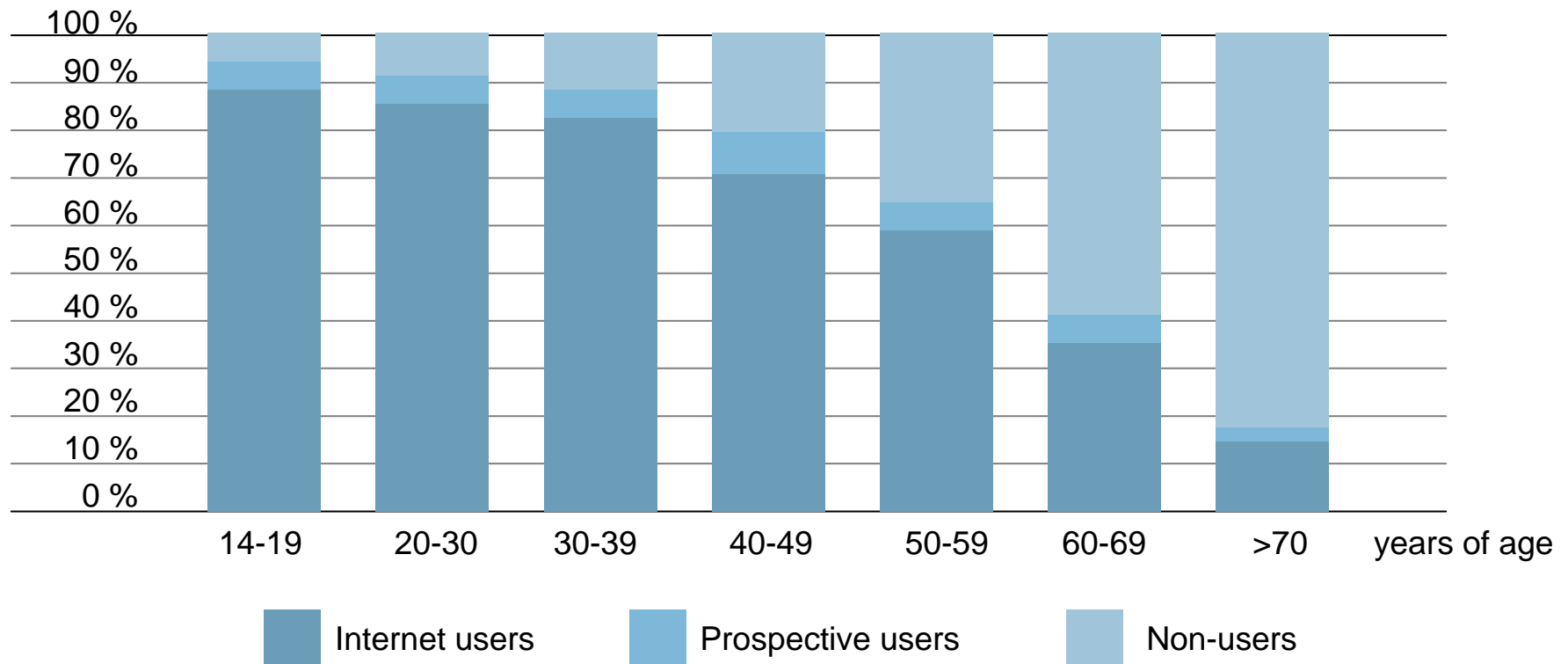
# The use of the internet in 2007 in Germany

**2007** (in %)

Age	Basis	Internet users	Prospective users	Non-users	
14-19	3.871	89.4	5.3	5.3	This is the next generation!
20-29	5.945	87.2	5.2	7.5	
30-39	7.867	82.2	5.5	12.3	
40-49	8.938	72.6	6.7	20.7	
50-59	7.120	58.3	7.0	34.6	
60-69	8.023	35.5	6.4	58.2	
> 70	7.370	13.2	3.5	83.3	
<b>Total</b>	<b>49.135</b>	<b>60.2</b>	<b>5.7</b>	<b>34.1</b>	

# The use of the internet in 2007 in Germany

**2007** (in %)



# The use of the internet in 2007 in Germany

Die Onlinenutzung korreliert wie gewohnt mit dem Alter: Der Onliner-Anteil fällt mit steigendem Alter. Dabei steigt der Anteil der Onliner in allen Altersgruppen. Den größten Onliner-Zuwachs verzeichnet die Altersgruppe der 30-39-Jährigen mit 3,8 Prozentpunkten auf 82,2 Prozent. Besonders erfreulich ist die Steigerung des Onliner-Anteils bei den 60-69-Jährigen: Mit 2,8 Prozentpunkten Zuwachs liegt ihr Onliner-Anteil in diesem Jahr bei 35,5 Prozent. Damit ist mehr als ein Drittel dieser Altersgruppe im Internet unterwegs. Der Zuwachs in der Gruppe der ab 70-Jährigen beträgt dagegen nur einen Prozentpunkt. Hier besteht weiterhin großer Bedarf, Anreize zur Internetnutzung zu schaffen. Im Jahr 2007 beträgt das Durchschnittsalter der Onliner 39, Jahre (2006: 39,5 Jahre), Nutzungsplaner sind im Durchschnitt 46,8 Jahre (2006: 44,8 Jahre) und Offliner 61,9 Jahre (2006: 61,3 Jahre). Damit steigt der Altersdurchschnitt in allen drei Gruppen weiter leicht an. Dies veranschaulicht, wie sich die Internetnutzung langsam, aber kontinuierlich auch in den älteren Gruppen ausbreitet, dabei aber gerade die Ältesten weiterhin mehrheitlich Offliner bleiben.

Use of the internet as usual is correlated with age: the share of users decreases with increasing age, whereas the share of non-users is increasing in all age groups. The greatest growth of users (from 3.8 to 82.2%) is seen in the age group of 30 to 39-year olds. The growth of non-users amongst the 60 to 69-year olds is particularly gratifying: their users' share has risen by 2.8 percentage points to 35.5 percent in this year. Hence, more than a third of this age group is online. The age group of 70-year olds and elder persons shows only an increase of one percent in contrast. There is a backlog demand for the creation of incentives to use the internet. In 2007 the average age of users has been 39 (in 2006 it was 39.5 years), prospective users have an average age of 46.8 (in 2006 it was 44.8 years) and users are 61.9 years old (in 2006 61.3 years old). So, the average age increases slightly in all categories. It is demonstrated that the use of the internet slowly but continuously spreads out in elder groups, although the eldest keep staying non-users after all.



# „E-trends in the context of housing finance





# E-trends in the context of housing finance

**Direct communication and independent distribution on the rise**  
Is the traditional branch bank an obsolescent model?

Track records:

**Interhyp.de**

**ING-Diba**

Abstract blue light trails and wavy lines at the bottom of the slide, suggesting digital or financial trends.

# Direct communication and independent distribution on the rise

## **Outlook for Germany:**

In 10 to 15 years direct banks will probably have outstripped the „obsolescent model of the branch bank“

ING-Diba might outperform Deutsche Bank in about 5 years in the private banking business by number of customers

By 2010 the construction loans' market share of traditional branch banks will decrease by 50%

Brokers and direct banks together will probably double their share up to 44%!

Source: Infas TTR, Prof. Klaus Fleischer (Uni München)

# Interhyp

Founded in 2000 as a purely internet-based mortgage broker

Proprietary systems lodging all housing finance products and interfaces to the product providers' systems

Consulting / servicing meanwhile also by phone and in 15 branches in Germany

Business volume:

4.4 billion Euros in 2006, outlook for 2007: 5.7 billion Euros

Staff: about 430

Products are provided by more than 30 banks, Bausparkassen and insurance companies



# Interhyp

**The recipe for success: purely via best conditions!**

Simple interface to product providers

Processing exclusively managed by the dealers

Image of a platform for unbiased comparison

Advertising slogan of September 2007:  
„The Robin Hood for the clients“



# Interhyp

[Über uns](#) | [So funktioniert's](#) | [Angebot anfordern](#) | [Produkte & Konditionen](#) | [Ratgeber](#) | [Rechner & mehr](#) | [Suche](#)

**Aktuelle Interhyp-Topzinsen**

Stand: 20.09.2007 16:30

**4,47 %** 5 Jahre nom. 4,56 % eff.

	nominal	effektiv	+ / -
5 J	4,47 %	4,56 %	0,00 %
10 J	4,53 %	4,64 %	0,00 %
15 J	4,68 %	4,80 %	0,00 %
20 J	4,82 %	4,91 %	0,00 %
25 J	4,97 %	5,06 %	0,00 %

[Annahmen](#)

**Schluss mit dem Banken-Marathon bei der Baufinanzierung**

Kein Gefeiße mehr mit Ihrer Hausbank. Die Zeiten sind vorbei, als Sie auf der Suche nach der günstigsten Baufinanzierung von Bank zu Bank laufen mussten. Wir sorgen für Wettbewerb zwischen den Banken und bringen Ihnen [das beste Angebot](#), das der Markt hergibt.

So haben bereits über 300.000 Menschen mit dem Interhyp-Prinzip viel Zeit und Geld bei ihrer Baufinanzierung gespart. Unsere Baufinanzierungsspezialisten beraten auch Sie gerne individuell und unabhängig - per Telefon oder vor Ort in einer unserer [Niederlassungen](#). Testen Sie uns!

**Persönliche Beratung**

0800 - 200 15 15 15

[Terminvereinbarung](#)

[Rückruf-Service](#)

[Infopaket anfordern](#)

[E-Mail-Kontakt](#)

**Zins-Check**

Vorhaben: [Kauf](#)

Zinsbindung: [5 Jahre](#)

Objektwert: €

Darlehenssumme: €

[berechnen](#)

**Über 50 Banken - aus einer Hand**

Lesen Sie hier, was wir als Deutschlands größter unabhängiger Baufinanzierungsanbieter für Sie tun können.

**Ihre Vorteile:**

- ☒ Günstige Zinsen
- ☒ Individuelle Lösungen
- ☒ Unabhängige Beratung
- ☒ Deutliche Zeitersparnis
- ☒ Kostenloser Service

**Das Interhyp-Prinzip**

**Durchblick! Der Ratgeber zur Immobilienfinanzierung**

- >> Kaufen
- >> Bauen
- >> Anschlussfinanzieren
- >> Renovieren/Modernisieren
- >> Kapital beschaffen

**Interhyp vor Ort**

Alle Interhyp-Niederlassungen im Überblick

**Auszeichnungen**

**Bester Baufinanzierer**

Testsieger Gesamtwertung

Ausgabe 08/2007

**FINANZEN**

**€uro**

**Zinsverlauf (10 Jahre Laufzeit)**

aktueller Zinskommentar



# Interhyp

The screenshot displays the Interhyp website interface. At the top, there is an orange header with the Interhyp logo. Below the header is a navigation bar with links: 'Über uns', 'So funktioniert's', 'Angebot anfordern', 'Produkte & Konditionen' (which is highlighted), 'Ratgeber', 'Rechner & mehr', and 'Suche'. A search bar is located to the right of these links. Below the navigation bar, a breadcrumb trail indicates the current location: 'Sie befinden sich hier: [Baufinanzierung](#)'. The main content area is titled 'Produkte & Konditionen' and contains a paragraph explaining that users can find an overview of all financing products here. It mentions that users do not need to specify a particular product, as a personal Interhyp advisor will analyze their situation and recommend the most suitable financing options. To the left of the main content is a sidebar with a list of product categories: '» Festzinsdarlehen', '» Variable Darlehen', '» Teilvariable Darlehen', '» Sonstige Darlehen', '» Konditionsübersicht', '» Persönlicher Zinsrechner', and '» Versicherungsprodukte'. To the right of the main content, there are several sidebars. The first is 'Persönliche Beratung' with contact information: '0800 - 200 15 15 15', 'Terminvereinbarung', 'Rückruf-Service', 'Infopaket anfordern', and 'E-Mail-Kontakt'. Below this is an orange button labeled 'Angebot anfordern'. The next sidebar is 'Newsletter' with the text 'Aktuelle Informationen zur Zins- und Marktentwicklung.' and a right-pointing arrow. Below that is 'Anschlussfinanzierer aufgepasst!' with the text 'Forward-Darlehen günstig wie nie!'. The final sidebar is 'KfW-Förderung' with the text 'Günstige Zinsen vom Staat' and a right-pointing arrow. At the bottom of the main content area, there is a section titled '» Produktübersicht'.

**Produkte & Konditionen**

Auf den folgenden Seiten finden Sie einen Überblick über alle Baufinanzierungsarten, die für eine Baufinanzierung sinnvoll sein können. Lassen Sie sich von dieser Vielfalt nicht verunsichern, Sie müssen sich nicht gleich auf ein bestimmtes Finanzierungsprodukt festlegen. Denn genau dafür ist Ihr persönlicher Interhyp-Berater da: Nach dem Eingang Ihrer Finanzierungsanfrage analysiert er Ihre individuelle Situation und sagt Ihnen, welche Finanzierungsarten für Sie am sinnvollsten sind.

**Darlehensarten**

Zum besseren Verständnis haben wir unsere Darlehensarten in vier unterschiedliche Kategorien gegliedert:

- ☐ **» Festzinsdarlehen** **TIPP**  
Hier wird der Zinssatz für eine bestimmte Laufzeit (i.d.R. zwischen 5 und 30 Jahren) fest vereinbart. Damit haben Sie eine hohe Kalkulationssicherheit für die nächsten Jahre. [\[mehr...\]](#)
- ☐ **» Variable Darlehen**  
Bei diesen Darlehen wird der Zinssatz alle paar Monate auf Basis eines Referenzzinssatzes neu angepasst. Diese Darlehen bieten durch eine 100% Sondertilgungsmöglichkeit höhere Flexibilität als ein Festzinsdarlehen und sind insbesondere dann interessant, wenn der Darlehensnehmer mit fallenden Zinsen rechnet. [\[mehr...\]](#)
- ☐ **» Teilvariable Darlehen**  
Ein Darlehensteil besteht aus einem Festzinsteildarlehen, der andere aus einem variablen Darlehen: Für immer mehr Menschen die perfekte Mischung. [\[mehr...\]](#)
- ☐ **» Sonstige Darlehen**  
Zusätzliche Finanzierungsbausteine, die Ihre Baufinanzierung abrunden können. Alles über KfW-Darlehen, Modernisierungsdarlehen & Co. [\[mehr...\]](#)

**» Produktübersicht**

**Persönliche Beratung**

0800 - 200 15 15 15

Terminvereinbarung

Rückruf-Service

Infopaket anfordern

E-Mail-Kontakt

**Angebot anfordern**

**Newsletter**

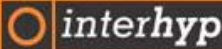
Aktuelle Informationen zur Zins- und Marktentwicklung. »

**Anschlussfinanzierer aufgepasst!**  
Forward-Darlehen günstig wie nie!

**KfW-Förderung**

Günstige Zinsen vom Staat »

# Interhyp



Über uns | **So funktioniert's** | Angebot anfordern | Produkte & Konditionen | Ratgeber | Rechner & mehr | Suche

Sie befinden sich hier: [Baufinanzierung](#)

» Informieren


» Angebot anfordern

» Individuelle Beratung

» Angebot annehmen

» Vertrag unterschreiben

### So funktioniert's: Der Finanzierungsablauf



» Informieren

» Angebot anfordern

» Individuelle Beratung

» Angebot annehmen

» Vertrag abschließen

Der Finanzierungsablauf mit Interhyp funktioniert mindestens genauso individuell wie bei einer traditionellen Filialbank – nur bequemer und zu deutlich besseren Konditionen. Um sich einen Überblick über den Finanzierungsablauf mit Interhyp zu verschaffen, klicken Sie bitte auf den jeweiligen Schritt.

Neben unserer gewohnten Beratung per Telefon oder E-Mail können Sie auch gerne eine unserer [Niederlassungen](#) aufsuchen. Die Zinssätze und der Service sind in beiden Fällen gleich gut.

Eine kurze Zusammenfassung des Ablaufs einer Baufinanzierung haben wir Ihnen auch zum [Download](#) bereitgestellt.

[zum ersten Schritt >>](#)

**Persönliche Beratung**

☎ 0800 - 200 15 15 15


📅 Terminvereinbarung

📞 Rückruf-Service

📄 Infopaket anfordern

✉ E-Mail-Kontakt

**Angebot anfordern**

**Interhyp vor Ort**

**Tipps**

Überzeugen Sie sich selbst von unseren günstigen Konditionen

»

Startseite Baufinanzierung | Sitemap | Suche | FAQ | Lexikon | Karriere | Datenschutz | Impressum | AGB | Ihre Meinung | Investor Relations

# ING-DiBa

Has made direct saving presentable via instant-access savings accounts!

[→ Log-in Banking](#) | [Über uns](#) | [Karriere](#) | [Presse](#) | [Kontakt](#) | [FAQ](#) | [Sitemap](#)





[Girokonto + Karten](#) | [Sparen + Vorsorge](#) | [Wertpapiere](#) | [Baufinanzierung](#) | [Kredite](#) | [Kundenservice](#)

### Kundencenter

- [Log-in Internetbanking + Brokerage](#)
- [Kundenservice](#)
- [Kunden werben Kunden](#)

### Neu hier?

- [Ihr Bedarf - Unser Angebot](#)
- [Ihre Vorteile als ING-DiBa Kunde](#)
- [So funktioniert Direktbanking](#)
- [Sicherheit](#)

### Direkt zu...

- [So finden Sie, was Sie suchen](#)
- [Formular-Center](#)
- [Gesamtangebot + Konditionen](#)
- [Newsletter](#)
- [Geldausgabeautomaten](#)

**Überragend: Das Festgeld**

Spitzenzinsen für 3, 6 oder 12 Monate

→ [Festgeld eröffnen](#)

bis **4,5 %**



**Leistungstark: Das Extra-Konto**

Besser als ein Sparbuch

→ [Zum Angebot](#)



**Konditionsstark: Direkt-Baufinanzierung**

Finanzieren zu Niedrigzinsen

→ [Zum Angebot](#)



**Führend: Spitzenfonds**

Spitzenfonds zum Nulltarif

→ [Zum Angebot](#)



### News

- [Fonds des Monats September: Threadneedle European Smaller Companies Fund](#)
- [Ab 01.10.2007 neu beim Girokonto: Kostenlos Bargeld und 50 Cent Sofortbonus für jeden Einkauf](#)
- [Freistellungsauftrag einrichten - Steuern sparen](#)

### Börse + Kurse



Ob DAX oder NASDAQ: Alle aktuellen Daten und News zum Marktgeschehen auf einen Blick.

→ [Weitere Informationen](#)



# ING-Diba

**More than 6 million customers**

**Core business: savings, housing finance, securities business, retail credits**

**The recipe for success:**

The instant-access savings account offer revolutionized the banking business

Constantly heading the consumer satisfaction evaluations

Exemplary public relations

Has established a „consumer protection“ image

Guideline:

„We don't punish our clients with worse conditions than new customers“



# ING-DiBa

Since 2005 also successful in housing finance in Germany – although business is mainly arranged by external brokers



→ Log-in Banking | Über uns | Karriere | Presse | Kontakt | FAQ | Sitemap | Home

Suche 

Girokonto

Sparen + Vorsorge

Fonds + Brokerage

Kredite + Baufinanzierung

Kundenservice

Finanzoptimierung

Privatkredit

Ratenkredit

Aktionskredit Auto

Aktionskredit Wohnen

→ Produktinformation

→ Kundenservice

→ Kredit beantragen

Baufinanzierung

## Startklar: Schöner wohnen und bis zu 40% sparen!

ab **5,95%**  
Zinsen p.a.

0,- €  
Bearbeitungs-  
gebühr

Hier klicken  
und direkt  
beantragen

Das Bad renovieren, eine neue Küche kaufen, den Dachboden ausbauen – mit dem Aktionskredit Wohnen finanzieren Sie Ihre Wohnwünsche deutlich günstiger als mit herkömmlichen Ratenkrediten. Und das Beste: Sie können sofort starten – ganz unkompliziert ohne Grundbucheintrag.

**Unser Angebot exklusiv für Immobilienbesitzer:**

- Garantierte Festzinsen schon ab 5,95%\* p.a.
- Von 10.000 bis 50.000 Euro für alle Wohnwünsche
- Gleichbleibend niedrige Monatsraten
- Direkte Überweisung auf Ihr Girokonto – ganz ohne zusätzliche Sicherheiten
- Jederzeit unbegrenzte Sondertilgungen möglich

**So funktioniert Ihr Aktionskredit Wohnen:**

☒ Sie wählen Ihren Wunschbetrag von 10.000 bis 50.000 Euro

ab **5,95%**



Aktionskredit Wohnen

☒ Kredit beantragen

☒ Infos per Post

Mehr Informationen

→ Übersicht

→ Weitere Produktinfos

→ Konditionen

→ FAQ

→ Beispielrechnung

→ Rechner

→ AGB

# ING-Diba

## **Housing finance volume:**

2005 6 billion Euros (4 billion Euros planned)

2006 11 billion Euros

80% accomplished by agents / external brokers

## **Ambition:**

to conquer the housing finance market

→ Massive squeeze-out policy!

„Aggressive“ terms and conditions and off-market commissions  
(e.g. average 0,4 % → ING-Diba up to 2 %!)

Advantage of cheap refinancing

Low-level credit checks



# Trend Web 2.0

An „empty expression“ or a  
revolution?



# The 10 most influential brands

1. Google
2. Apple
3. YouTube
4. Wikipedia
5. Adidas
6. Starbucks
7. Ikea
8. Skype
9. Nokia
10. Zara

The first four positions are placed by internet companies, showing clearly our society's change.

Ten brands that have influenced your life the most in 2006 (Stern survey February 2007)



Web 1.0 was commerce.  
Web 2.0 are humans.

Ross Mayfield, CEO Social Text





# What is changing currently?

## **Perspectives Web 2.0 / Social Web:**

Interactions between businesses and consumers are facilitated

In the future, economic and social changes are originated by networked communities

Social activities will increasingly be shifted to the web

Increasing localization of offers

"in a networked world the global village has its place"

Consumers exchange information or get information in their communities regarding offers and products before they make a purchase

People believe what's on the net –  
"all these people can't be wrong"



# Opinions create markets



## **Web 2.0 fosters fundamental changes in human behaviour:**

Rich internet applications, social software and other tools are enabling consumers to interact with content and with each other whenever and however they like. As a result, individuals increasingly take cues from one another, rather than from institutional sources corporations, media outlets, religions, and political bodies.

However, these tools also enable companies to forge stronger and more participatory ties with their customers and ultimately improve loyalty."

G. Oliver Young, Forrester Research, April 2007





One mind for all...

the Borg...



THE EDGE WORK

# One mind for all...

„Since all Borg dispose of a collective mind, called the Hive-mind, they have a great advantage over other species. They are able to interact much more efficiently, for all have the same thoughts at every moment and there never are any dissensions. “

The Borg is a species featured by the „Star Trek“ series. Individual thoughts don't exist anymore, one mind is for the whole collective.





# Hardware becomes ubiquitous

At present, emails are still read on our PCs or notebooks.

In the year 2010 more than 80 % of all emails are expected to be read on handheld devices, such as a Blackberry or Communicator.  
(Jeanniey Mullen, ClickZ)

The era of "ubiquitous computing" is dawning.

Private Notebooks and PDAs enable people – beyond their jobs – to access information at any time and anywhere and to post their own information for others.

This way, opinions and information are distributed – worldwide – very fast, sometimes even "real time".



# Outlook

Where will the new media stand in the year 2032?



# Outlook for the year 2032

First: The so called new media are taken for granted in daily life

People don't meet in the „real world“ anymore but rather come together virtually:

by virtual reality, either consultants may visit their clients' living rooms or customers may visit the bank's branches.



# Outlook

The client's Avatar meets the consultant's.



Of course, a Bauspar-consultant may look like this!

# Contact:

Questions, suggestions, discussions? Contact:

Anette Rehm

Director Marketing

Quelle Bauspar AG

Tel. +49 911 6566 190

[anette.rehm@quelle-bausparkasse.de](mailto:anette.rehm@quelle-bausparkasse.de)

Andreas Fleiß

Director New Media

s Bausparkasse

Tel. +43 50100 29760

[andreas.fleiss@sbausparkasse.co.at](mailto:andreas.fleiss@sbausparkasse.co.at)





Thank you.





# Use of the internet in 2007



This is the next generation!