

**Välkommen till
bolånebranschens
dejtingsajt!**

KONFIDENTIELL

easyloan
En ansökan. Alla bolån.

Sammanfattning

Verksamheten

Easyloan är en Internetbaserad tjänst som hjälper konsumenten att sänka sina bolånekostnader. Genom en unik tjänst, easyloan.se, förädlas och förmedlas låneförfrågningar till samtliga svenska bolånegivare, varvid en för konsumenten gynnsam konkurrenssituation skapas.

Befintliga Internettjänster inom området presenterar missvisande information, favoriserar ett begränsat antal långgivare och/eller tvingar låntagaren att fylla i en ny låneansökan för varje långgivare. Därmed begränsas konsumentens valfrihet.

Konsumenterna är Easyloans viktigaste uppdragsgivare. Genom att förse dem med ett gratis, lättillgängligt, heltäckande, snabbt och effektivt verktyg för *individualiserad räntejämförelse* ska Easyloan bli den populäraste Internettjänsten för ansökning av bolån i Sverige.

Bolånegivarna (banker, bolåneinstitut m fl) är Easyloans kunder. Genom att förse dem med kundämnen i form av kompletta, seriösa ansökningshandlingar, ska Easyloan bli en respekterad underleverantör i branschen. Genom att dessutom förse bolånegivarna med flexibla lösningar för identifiering och effektiv bearbetning av utvalda målgrupper ska Easyloan bli en omtyckt och lönsam partner. Ersättning sker, enligt vedertagen branschpraxis, främst som en procentuell andel av beviljade lånebelopp.

Organisation och styrelse

Easyloan har i dagsläget inga en anställd och kompletterar med exteran resurser vid behov. Företaget leds av Martin Graap som har en lång och gedigen erfarenhet av affärsutveckling och marknadsföring inom IT och bolån, bl a från Luxor Datorer, IFS, IBM, Svensk Fastighetsförmedling och SBAB.

Företagets styrelse består av Mats Cremon (ordf) Tee Invest AB, Kennet Brysting, VD för läkemedelsföretaget H. Lundbeck AB och Martin Graap.

Samtliga tjänster för utveckling, drift och underhåll av www.easyloan.se är för närvarande outsourcade till välrenommerade leverantörer inom området. Likaså inköps tjänster för sökmotorsoptimering, kreditupplysningar och uppdatering av bolåneräntor från externa leverantörer.

Företagets revisor är Nyström & Partners Horwath KB.

Marknad

Den svenska marknaden för Easyloans tjänster består (år 2007) av ca 25 långgivare med en sammanlagd utlåning på mellan 350 och 400 Mdr kronor. Utlåningen fördelar sig ungefär lika mellan lån för köp och omläggning av lån. Den totala lånestocken för konsumenternas bolån uppgår till ca 1 250 Mdr kronor. Mellan 2005 och 2006 ökade den totala lånestocken med 125 Mdr kronor eller med ca 11 procent. Enligt bedömare i branschen kommer marknaden att fortsätta växa under överskådlig tid, om än kanske inte lika kraftigt.

Finansiell ställning

Nuvarande ägare har, förutom egen oavlönad arbetsinsats på ca 1,5 månår, investerat 1 700 000 kronor i Easyloan. Av detta har merparten använts för utveckling av webbplatsen med bakomliggande affärslogik och administrativa system.

Ägarförhållanden

Easyloan AB registrerades i april 2006 (org nr 556700-0806). Företagets säte är Helsingborg. Företaget ägs av dess grundare samt en krets av privata investerare med Skåne och investeringsnätverket Connect som gemensam nämnare.

Aktieägare	Andel
Martin Graap	50,25%
Kennet Brysting	24,75%
Brostigen Förvaltnings AB	6,25 %
Carl-Erik Hansson Förvaltnings AB	6,25 %
Peter Rempe	6,25 %
Tee Invest AB	6,25 %
SUMMA	100,00%

Framtidsutsikter och mål

Easyloan har som mål att, inom tre år, förmedla minst 20 000 låneansökningar per år (motsvarande ca 0,5 % av den totala ansökningsvolymen), vilket ska resultera i en potentiell utlåningsvolym på ca 30 miljarder kronor och en provisionsintäkt på ca 18 miljoner kronor.

Easyloan ska göra detta genom att erbjuda konsumenten marknads effektivaste verktyg för att hämta in och jämföra offerter från samtliga svenska bolånegivare. Easyloan skall samtidigt erbjuda långgivarna möjligheter till kostnadseffektiv behandling av dessa förfrågningar.

Easyloan har även ambitionen att inom tre år etablera sitt koncept på marknader utanför Sverige.

Easyloans affärsmodell är unik. De marknadsfaktorer som ger förutsättningar för en framgångsrik lansering är;

- En stadigt växande utlåningsvolym.
- Många nya aktörer, vilket gör marknaden mer svåröverskådlig för konsument.
- Mer individuell prissättning vilket gör det svårare för konsumenten att jämföra.
- Konsumenternas ökade benägenhet att jämföra produkter och tjänster.

- Konsumenternas ökade förtroende för Internet.
- Boendekostnadernas ökande andel av hushållens budget.
- En ökad konkurrens på bolånemarknaden, inte minst från s.k. Internetbanker och nischaktörer.
- Bankernas behov av effektivare och kostnadsbesparande marknadskanaler.
- Nya kapitaltäckningsregler för bankerna (Basel II) som förutsätter en mer individuell prövning av låneansökningar.

Om bolån villalån och omläggning av lån hos Easyloan

easyloan[®]
En ansökan. Alla bolån. Ansök • Om Easyloan • Bolån A till Ö • Alla bolån • Nyttiga länkar

VeriSign Secured
VERIFY

1 Välj typ av bostad och lån 2 Personuppgifter 3 Beskriv din ekonomi 4 Beskriv bostaden 5 Välj långivare och skicka iväg

Logga in

Steg 1 av 5: Vilken typ av bostad vill du låna pengar till?

Typ av bostad*
 Villa/radhus
 Bostadsrätt
 Fritidshus

Jag vill*
 Låna för att köpa
 Lägg om/lösa lån/låna mer
 Ansöka om lånelöfte

Bostadens pris*
kr
Jag vill låna*
kr

* anger att uppgiften måste fyllas i för att din låneansökan ska kunna behandlas.

Snabbjämförelse Nytt ärende Spara Nästa

Hitta rätt partner för ditt bolån.
Snabbt, bekvämt och helt gratis!

Välkommen till "bolånebranschens dejtingtjänst"! Här får du hjälp att hitta rätt partner för ett nytt bolån, ett lånelöfte eller för omläggning av ett lån som du redan har.

- 100 % bankoberoende.
- En gemensam ansökan för alla långivare.
- Välj själv de långivare som du vill skicka till.

Din ansökan matchas mot samtliga långgivares utbud vilket ger dig störst chans att hitta rätt. [Läs mer om hur det fungerar.](#)

Vi skickar ansökningar för köp av bostad eller omläggning av lån till följande bolånegivare: Bank2, Bluestep, Bostads Finans, Danske Bolån, Färs & Frosta Sparbank, GE Moneybank, Handelsbanken, ICA Bolån, IKANO-Banken, Kaupthing Bank, Länsförsäkringar Bank, Nordea, SalusAnsvar, SBAB, SEB, SkandiaBanken, Sparbanken Finn, Sparbanken Gripen, Sparbanken Nord, Svanen Husbanken, Swedbank och Swedbank Bolån Direkt (från Finansinspektionen). Läs mer om alla

En reklamfri miljö skapar förtroende för Easyloan som bankoberoende aktör.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	ERBJUDANDE	5
2.	VERKSAMHETEN	7
2.1	Historik	7
2.2	Affärskoncept	8
2.3	Vision	9
2.4	Affärsidé	9
2.5	Mål och strategi	9
2.6	Easyloan för låntagaren	10
2.7	Easyloan för långivaren	10
2.8	Försäljning	12
2.9	Marknadsföring	12
2.10	Organisation	14
2.11	Produktion	15
2.12	Produktutveckling	15
3.	MARKNAD	16
3.1	Bolånemarknadens storlek och utveckling	16
3.2	Bolånemarknadens aktörer med marknadsandelar	16
3.3	Bolånetagarna	18
3.4	Konkurrens	20
4.	FRAMTIDSUTSIKTER	21
5.	BUDGET/PROGNOS	22
5.1	Prognos 2007-2009	22
5.2	Kommentarer till prognos 2007-2009	23
5.3	”Break even”-analys	24
5.4	Prognos verksamhetsåret 2007/2008	26
5.5	Prognos helår 2008	27
6.	RISKER	28
6.1	Användarna	28
6.2	Bolånegivarna	28
6.3	Konkurrenterna	28
7.	ÖVRIG INFORMATION	29

1. Erbjudande

1.1 Bakgrund till investering

Efter drygt ett års utvecklings- och testarbete lanserades den första, fullt fungerande, versionen av Easyloans tjänst i maj 2007. Parallellt med utvecklingsarbetet har diskussioner förts med i stort sett samtliga seriösa bolånegivare på den svenska marknaden, inklusive alla s.k. storbanker. Detta har resulterat i att vi knappt tre månader efter lanseringen har avtal med fyra långgivare (SBAB, IKANO-banken, Bank2 och BlueStep) och att konkreta förhandlingar förs med ytterligare sex (Swedbank, Nordea, SEB, SalusAnsvar, GE Money Bank och Telge Energi).

Trots att ingen egentlig marknadsföring har skett, har Easyloan på dessa tre (sommarmånader) förmedlat 205 ansökningar om bolån till ett värde av 327 miljoner kronor. Detta visar att det finns en acceptans hos konsumenten att använda vår tjänst.

För att nå låntagarna har Easyloan inlett ett samarbete med Prisjakt.nu, Sveriges snabbast växande prisjämförelsesajt med ca 310 000 unika besökare i veckan (KIA Index, v 33) och nyligen utsedd till Sveriges bästa prisjämförelsesajt (InternetWorld augusti 2007). Samarbetet består i att Easyloan tillhandahåller Prisjakt med en integrerad, ”private label”-lösning som genererar besök och ansökningar till Easyloan.

Easyloan har därmed lämnat utvecklingsstadiet och är redo för lansering i större skala. Vi har en stabil, säker och väl fungerande applikation som uppfyller tydliga konsumentbehov. Vi har en utprovad och unik affärsmodell som vunnit acceptans hos långgivarna. Fokus sätts nu på att göra Easyloan känt i en vidare krets av konsumenter för att öka antalet besökare och ansökningar. Dels för att öka affärsutfallet för redan anslutna långgivare, och dels för att öka det totala antalet anslutna långgivare. För att påskynda denna utveckling planeras nu en nyemission enligt nedan.

1.2 Investering i Easyloan

Styrelsen och ägarna i Easyloan erbjuder ett begränsat antal investerare att investera upp till 3 Mkr i bolaget. Kapitaltillskottet kommer till övervägande del att användas till marknadsföring, dels för att på kort sikt öka ansökningsflödet och dels för att etablera verksamhetens varumärke, och därmed skapa inträdesbarriärer för eventuella konkurrenter.

Detta kapitaltillskott beräknas räcka till positivt kassaflöde, något som förväntas uppnås under 2008.

1.3 Investeringsmotiv.

• Fungerande affärsmodell

De marknadstester som genomförts under 2006 och 2007, samt det ansökningsflöde som redan uppnåtts visar att Easyloan är en tjänst som uppskattas av låntagarna. De avtal som redan föreligger, samt de diskussioner som pågår, visar att det också är en tjänst som är attraktiv för långgivarna.

• Färdigutvecklad teknik

Applikationen Easyloan bygger på en standardiserad, robust och säker teknik, som underlättar underhåll, anpassning och uppdatering. All, för affärsmodellen, väsentlig teknik är färdigutvecklad och noga utprovad.

• Erfaren företagsledning

Easyloans grundare och verkställande direktör har en djup förståelse för marknadsföring, bolånemarknaden och Internet. Han har dessutom en mångårig erfarenhet av företagsledning, affärs- och konceptutveckling, marknadsföring och försäljning, främst från små och medelstora företag. I samband med detta har han utvecklat ett brett kontaktnät inom de branscher som berörs.

- Höga marginaler och goda kassaflöden

När driftkostnaderna är täckta är marginalkostnaderna för att generera ytterligare intäkter mycket låga. Verksamheten förväntas generera mycket goda kassaflöden och det framtida investeringsbehovet är begränsat och avser till största delen internationell expansion.

- Stor och växande marknad

Bolånekostnaden utgör, jämte energikostnader, hushållens enskilt största utgiftspost. Det är en stabilt växande marknad som ständigt attraherar nya aktörer. Nya regelverk (Basel II) och en ökad möjlighet för utländska aktörer att etablera sig i Sverige, gör Easyloans tjänst än mer attraktiv.

- Expansionsmöjligheter

Expansion kan i första hand ske geografiskt till övriga nordiska länder och andra, främst nordeuropeiska länder, med en välreglerad och konkurrensutsatt bolånemarknad. Detta kan ske till en begränsad kostnad då den befintliga infrastrukturen, liksom varumärket, kan återanvändas. Expansion kan även ske inom närliggande segment (t ex konsumentkrediter, billån, båtlån), men bör då ske under annat varumärke.

- Goda exitmöjligheter

Verksamheten förväntas snabbt nå sådan volym och lönsamhet att en notering på någon mindre marknadsplats, exempelvis Aktietorget, First North eller NGM, kan bli aktuell. Alternativet är försäljning till någon industriell aktör med stora och stabila trafikflöden på Internet.

”Förskjutningen av marknadsandelar och minskade räntemarginaler får anses varit betydande och är tydliga indikatorer på att konkurrensen har varit hård på bolåne-marknaden. Hur mycket de nya bolåneinstituten bidragit till hårdare konkurrens, kontra de befintliga stora, är svårt att svara på. Det kan dock konstateras att de nya kapitaltäkningsreglerna gynnar bolån och därmed har marknadsandelar blivit mer åtråvärda för alla aktörer.”

*Svenska Bankföreningen:
Konkurrensen på bankmarknaden*

"Begär offerter. Att känna till de olika lånevillkor som finns på marknaden underlättar vid val av lån och långivare. Det kan därför vara bra att kontakta flera kreditgivare och begära offerter från dem innan ett låneavtal ingås."

Konsumenternas Bank- & Finansbyrå

2. Verksamheten

2.1. Historik

”Internet är ett värdelöst hjälpmedel för konsumenten att hitta rätt bolån. De tjänster som erbjuds är antingen inte bankoberoende, krångliga att använda eller direkt missvisande, med påföljd att den som använder dessa tjänster riskerar att få ett onödigt dyrt bolån.”

Med den utgångspunkten startade Easyloan sin verksamhet i början av 2006. Målsättningen var att erbjuda konsumenten ett snabbt, enkelt och gratis – och rättvisande – hjälpmedel för att ansöka om och jämföra samtliga bolån på marknaden. Det ansökningsflöde som detta genererade innebar ett antal olika affärsmöjligheter, främst provision från långivarna på utbetalda lån.

I slutet av maj 2006 ”testlanserade” Easyloan sin första Internettjänst, i form av en universell bolåneansökan som konsumenten kunde använda för att ansöka om bolån hos samtliga långivare, i stället för som tidigare, behöva fylla i en separat ansökan för varje långivare. Syftet med lanseringen var att undersöka dels konsumenternas intresse för Easyloans koncept, dels långivarnas villighet att delta och dels validera de olika parametrarna i Easyloans affärsmodell. Denna första test baserades på 10 567 besök och resulterade i 149 påbörjade (1,4 %) och 110 st (1 procent) ivägskickade ansökningar.

Samtliga dessa ansökningar analyserades sedan med avseende på sökandes demografi, ekonomi etc. Resultatet var att de personer som använde Easyloan inte, i någon negativ bemärkelse, avvek från den genomsnittlige bolånekonsumenten. Snarare tvärtom. Undersökningen visade bl a att Easyloan-användarna hade en högre inkomst och disponibel förmögenhet än genomsnittet. En utförlig beskrivning av denna grupps demografi finns att få i separat presentation (Easyloan demografi 200608).

Med stöd av de resultat som testverksamheten uppvisade, beslöts att utveckla Easyloan vidare, bort från en ren ”prispressarsajt” mot dagens inriktning; en ”dejtingsajt” där låntagare och långivare matchas mot varandra för att låntagaren ska få bästa möjliga bolån.



Den typiske Easyloan-användaren är man i 35-årsåldern, Han är sambo med ett barn och bor i medelstor stad. Han söker ett lån för att köpa villa.

För att finansiera det fortsatta utvecklingsarbetet genomfördes i januari 2007 en nyemission på en miljon kronor. Dessa pengar har huvudsakligen använts till att förbättra sajtens funktionalitet, så att såväl användares som långivares intressen tas tillvara på bästa sätt, samt till utveckling av den unika ”matchningsmotor” vari själva kärnan i Easyloans affärsverksamhet bedrivs. Denna, nya version av Easyloan lanserades under maj 2007. Först enbart på vår egen webbplats, www.easyloan.se, och ca en månad senare som en integrerad tjänst på prisjämförelsesajten Prisjakt.nu. Under hela testverksamheten deltog IKANO-banken och SBAB som mottagare av låneansökningar och som aktiv diskussionspartner.

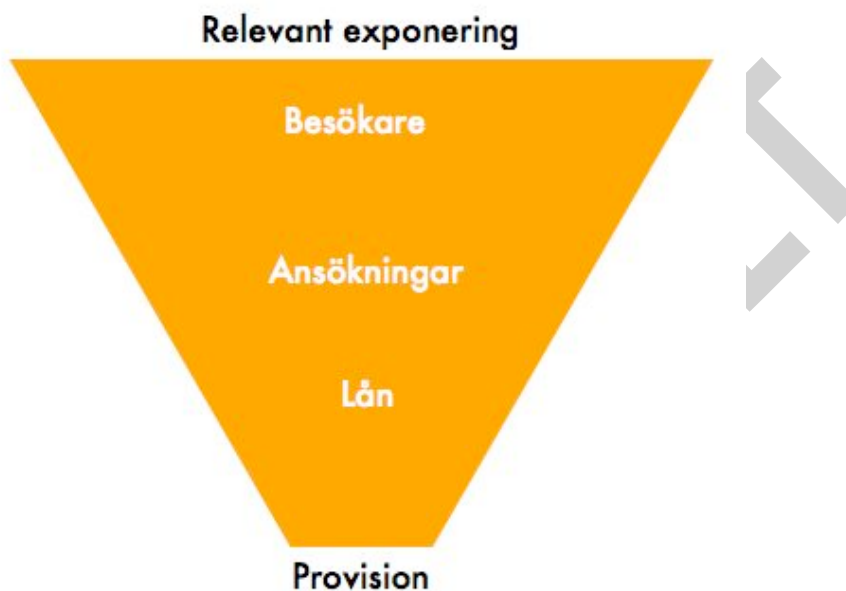
Under hela den period som utvecklingsarbetet fortgick fanns tjänsten, i sina olika faser av förbättring, tillgänglig för användare på Internet. Under återstoden av 2006 hade sajten ytterligare ca 4 241 ”spontana” besökare som hittade till webbplatsen av sig själv. Dessa resulterade i 98 påbörjade ärenden, varav 70 skickades iväg.

Under perioden januari – maj 2007 har Easyloan haft 16 727 ”spontana” besökare som har resulterat i 361 påbörjade ärenden, varav 225 har skickats iväg.

Under den period som den fullt fungerande versionen av Easyloan funnits tillgänglig (juni– augusti), har 205 kompletta ansökningar till ett värde av 327 miljoner kronor förmedlats.

2.2. Affärskoncept

Easyloans hjälper långivare att identifiera och prioritera lönsamma kunder. Genom att hjälpa konsumenter att få korrekta, utförliga beslutsunderlag (individualiserade räntejämförelser) förser vi långivarna med ett stort flöde seriösa låneförfrågningar. Med hjälp av olika verktyg för urval och automatisk bearbetning av målgrupper, höjer vi sedan långivarnas verkningssgrad och lönsamhet. Easyloans ersättning består huvudsakligen av en procentuell andel av utbetalda lånebelopp. Affärsmodellen kan, mycket förenklat, beskrivas med hjälp av följande figur.



Easyloans framgångsfaktorer är kostnad per besökare, andel kompletta ansökningar, kvaliteten på ansökningar samt antalet medverkande bolånegivare. I dessa sammanhang spelar användarvänligheten en genomgående och viktig roll.

Genom exponering i relevanta kanaler, i kombination med prestationsorienterad ersättning till dessa kanaler, når Easyloan potentiella låntagare på ett kostnadseffektivt sätt. Exempel på sådana kanaler är s.k. affiliate-nätverk (t ex TradeDoubler och NetDoubler) samt medverkan på webbplaster som t ex Prisjakt.nu.

Genom att vara strikt bankoberoende och lättanvända funktioner motiveras besökarna att fylla i och skicka in låneförfrågan. Exempel på sådana funktioner är den universella låneansökan, möjlighet att spara halvfärdiga och färdiga förfrågningar för framtida bruk och snabbjämförelser av räntor.

Genom att skicka förfrågningar till samtliga banker, samt ett system för påminnelser och uppföljning, erbjuder vi låntagaren valfrihet. Att inte svara på förfrågan innebär, för bolånegivaren, en risk för badwill, förlorade affärsmöjligheter, förlust av befintliga kunder etc. Samma mekanismer leder till att andelen lån, som dessa offerter resulterar i, ökar. Genom att matcha låntagarens uppgifter mot långivarnas olika "utlåningsprofiler", ökar vi sannolikheten för att låntagaren får många relevanta offerter att välja bland, och därmed bästa möjliga bolån.

Genom att leverera en stor volym ansökningar av hög kvalitet, samt verktyg för att förädla och effektivt hantera dessa, ska Easyloan motivera bolånegivare att ingå avtal om ersättning till Easyloan. Ersättningens storlek bestäms dels av hur seriös ansökan är, dels hur komplett den är och dels hur enkelt det är för långivaren att behandla den. Ju mindre arbete som återstår för långivaren desto större provision är den benägen att betala. Praxis i branschen har varierat mellan 0,20 och 0,45 procent, beroende främst på konkurrenssituationen.

Easyloans målsättning är att successivt erhålla en allt högre rörlig ersättning i kombination med en växande andel fast ersättning. Detta ska åstadkommas genom förfining av matchningsmotorn och de urvalskriterier som används däri, så att den i princip kan ersätta långgivarnas egna scoringsystem. I praktiken innebär detta att vi får möjlighet att godkänna ansökningar för långgivares räkning. Som en följd av detta kan även återrapporteringen på en ansökan ske via låntagarens konto på Easyloan, i stället för som idag, direkt från låntagare till långgivare.

2.3. Vision

Easyloan ska bli den ledande, bankoberoende, Internettjänsten för ansökan av bolån, tillika den ledande, Internetbaserade underleverantören av bolåneansökningar till långgivare på den svenska marknaden.

Easyloan ska även bli en av de ledande Internettjänsterna inom bolåneområdet på den nordeuropeiska marknaden.

2.4. Affärsidé

Easyloan ska, mot resultatbaserad ersättning, förse bolånegivare med seriösa, kompletta låneansökningar – i ett format som medger rationell behandling och ger ökad konkurrenskraft.

2.5. Mål och strategi

Easyloan ska inom tre år leverera över 20 000 kompletta ansökningar per år. Inom samma period ska Easyloan ha etablerat samarbete med bolånegivare representerande ca 50 procent av marknaden. Räknat i utlånad volym ska Easyloans andel vara över två procent av marknaden. Easyloans operativa mål för de närmaste sex månaderna är:

- utsträcka samarbetet med Prisjakt.nu till andra webbplatser i dess nätverk, t ex E24.se och Pengar24.se
- etablera samarbete med ytterligare minst en webbplats med relevant innehåll/trafik
- nå ”Topp 10” på de dominerande sökmotorerna för relevanta sökbegrepp
- ingå samarbete med bolånegivare representerande minst 25 procent av marknaden, innebärande minst en storbank
- öka andelen kompletta ansökningar till tre procent av antalet besökare
- öka genomsnittsprovisionen till minst 0,2 procent

Samarbete med ytterligare webbplatser ska åstadkommas genom att erbjuda dem dels ett redaktionellt innehåll (jämförelser av bolånekostnader) som ökar attraktionskraften för såväl besökare som annonsörer, och dels en attraktiv provision.

Samarbete med ytterligare bolånegivare ska åstadkommas genom ”prova på”-paket, där de under en begränsad tid kan utvärdera nyttan av de verktyg för urval och automatisk prospektbearbetning som Easyloan erbjuder.

Åtgärder har redan vidtagits för att öka andelen besökare som skickar iväg en komplett ansökan, t ex hjälp att fylla i ansökan med s.k. default-värden. Planerade åtgärder är översyn av information och funktionalitet på Prisjakt.nu för att en större andel av deras besökare ska upptäcka och använda Easyloans tjänst.

Easyloans finansiella mål är att:

- uppnå ett positivt kassaflöde på månadsbasis senast 12 månader efter kapitaltillskott
- uppnå ett rörelseresultat på minst 1 Mkr under 2008
- fördubbla försäljningsintäkterna/provisionen varje år under de närmaste tre åren
- uppnå en långsiktig rörelsemarginal på minst 40 procent

2.6. Easyloan för låntagaren

Easyloan är den första tjänsten på Internet som gör det snabbt och enkelt för konsumenten att ansöka om bolån hos samtliga långgivare på den svenska marknaden. Easyloan är också den enda helt bankoberoende, eftersom det är konsumenten som alltid bestämmer till vem eller vilka ansökan ska skickas till. Med hjälp av Easyloan erhåller konsumenten ett individualiserat beslutsunderlag för bästa möjliga bolån.

De fördelar vi erbjuder är:

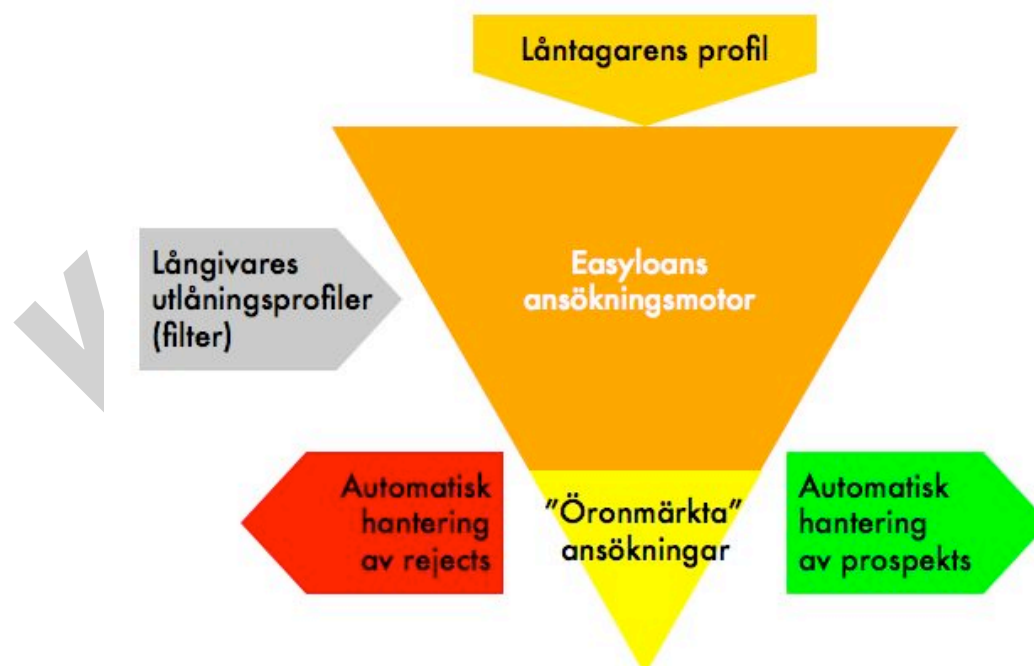
- en universell låneansökan som kan användas för alla typer av bolån och som dessutom kan sparas för framtida återbruk
- distribution av låneansökan till samtliga relevanta bolånegivare, med möjlighet för konsumenten att göra urval av dessa
- en förenklad kreditupplysning som minskar risken för onödiga, belastande kreditupplysningar från bankerna
- ett matchningsförfarande som ökar sannolikheten att erhållna offerter är relevanta och rättvisande
- rutiner för automatisk påminnelse av långgivare som inte svarar och för uppföljning av ärenden
- snabbjämförelser av räntor som ger en snabb överblick av marknaden och olika lånealternativ, samt information om bolån
- en enkel, överskådlig och pedagogisk miljö som dessutom är reklamfri



Easyloan erbjuder användaren ett universalverktyg för ansökan om bolån.

2.7. Easyloan för långgivaren

Easyloan tillhandahåller, via sin webbplats www.easyloan.se med bakomliggande affärslogik, tjänster som underlättar för långgivaren att behandla de ansökningar som förmedlas av Easyloan. Nedanstående figur ger en schematisk bild av hur Easyloan fungerar.



Processen börjar med att långgivaren anges sina önskemål och möjligheter i form av en komplett låneansökan. Ansökan är utformad och utprovad i samarbete med etablerade långgivare med olika lånebehov. Därefter tas en s.k. förenklad kreditupplysning (on-line) från Business Check och resultatet av denna styr den vidare hanteringen av ansökan.

I Easyloans ansökningsmotor (eller matchningsmotor) finns samtliga långgivares utlåningsprofiler (räntor, belåningsgrader, bindningstider m m) upplagda. De som inte är kunder till Easyloan förekommer med de officiella uppgifter som förekommer på deras respektive hemsidor, s.k. grundprofil. För dessa erbjuds inga selekteringsmöjligheter eller andra tjänster. Ansökan "rinner" rakt igenom systemet och skickas, om låntagaren så bestämmer, till långgivaren i ett icke databehandlingsbart format (PDF). Ansökan saknar dessutom personnummer och kreditupplysningsinformation.

De långgivare som är kunder till Easyloan har möjlighet att komplettera sin grundprofil med valfritt antal s.k. tilläggsprofiler, där selektering kan göras på bl a bostadsort, objekttyp, förmögenhet, inkomst, lånebelopp och kreditscoring. Till varje profil kan kopplas s.k. automatsvar som skickar information/låneerbjudande till låntagaren "med vändande mail". Ansökningarna som matchar de olika profilerna dirigeras till olika "inkorgar" hos långgivaren vilket gör det enkelt att prioritera ärendena. Ansökningarna görs tillgängliga i ett antal olika format (PDF, XML m fl) vilket möjliggör integration av ansökningsflödet med långgivarens egna system.

All information skyddas av den högsta standarden för s.k. SSL-autentisering (VeriSign Extended Validation SSL) och den absolut starkaste SSL-krypteringen för varje enskild användare (VeriSign Secure Site Pro).

Svaren på ansökan sker inte via Easyloan utan direkt från långgivare till låntagare, på det sätt som varje långgivare finner mest lämplig.

Detta innebär följande fördelar för långgivaren:

- möjlighet till förselektering för att t ex möjliggöra en differentierad hantering av olika kundgrupper
- snabb respons till attraktiva kundgrupper, även på tider då den egna organisationen inte arbetar
- effektiv hantering av kundgrupper som inte passar långgivarens utlåningsprofil, utan att belasta den egna organisationen men med bibehållen good-will
- möjlighet till tidsbegränsade erbjudanden och/eller test av marknadsrespons på olika räntor – utan att informera konkurrenter
- en effektivare hantering av låneansökningar genom integration mot egna system



Easyloan hjälper långgivarna att "plocka russin ur kakan."

För bolånegivarna i allmänhet erbjuder Easyloan tillgång till fler ansökningar, inklusive sådana som man av olika skäl aldrig skulle få direkt, lägre ackvisitionskostnader genom helt rörlig ersättning samt kompletta indata för att kunna dra fördel av de nya kapitaltäckningsreglerna (Basel II)

2.8. Försäljning

Easyloans försäljningsorganisation består i dagsläget av en person (tillika VD), vars uppgift är att teckna årsavtal med bolånegivare. Försäljningsarbetet består av personlig försäljning/förhandling men kommer på sikt att få ett allt större inslag av "kundvård".

Inledningsvis har försäljningsarbetet inriktats på branschens utmanare. Dessa består dels av de s.k. Internetbankerna dels av nischaktörer inom s.k problemkrediter, och dels av branschens snabbväxare. Samtliga företag i denna grupp arbetar redan idag med motsvarande ersättningsupplägg som Easyloans.

Till dags dato har samarbete inletts med fyra långgivare, varav en större. Konkreta affärsförhandlingar pågår med ytterligare åtta. Samtliga övriga långgivare är kontaktade och i olika stadier av bearbetning.

Under hösten 2007 kommer fokus främst att läggas på att slutföra förhandlingen med minst en av storbankerna (Handelsbanken, Nordea, SEB, Swedbank) och att få de midre långgivarna, som ofta "återförsäljer" andra bankers hypotekslån, att acceptera vårt "prova på"-erbjudande. Parallellt med detta kommer en extra hög servicegrad hållas mot befintliga kunder för att maximera verkningssgrad och provision.

2.9. Positionering & Marknadsföring

Easyloan är varken en prisjämförelsesajt eller en marknadsföringskanal för långgivare. Easyloan är något nytt i så mån att vi gör en individuell behandling av varje låntagare och matchar denne mot samtliga möjliga långgivare. För att, i första hand, få långgivare att förstå denna väsentliga skillnad har vi gentemot dem valt att positionera oss som **"bolånebranchens dejtingsajt"**.



Idéskiss till eventuell bannerannonsering.

Denna position är dock ännu inte kommunicerad mot konsument, annat än i den pressinformation som skickades ut i samband med lanseringen i maj 2007.

Ny dejtingsajt för bolån



Av [Fredrik Wass](#) | [Internetworld](#)

Nu ska det gå att göra prisjämförelser på bolån lika lätt som diskmaskiner. I alla fall om Easyloan och Prisjakt får bestämma. Tillsammans lanserar de en ny bankoberoende lånesajt.

Den svenska bolånemarknaden har blivit svåröverskådlig för konsumenten enligt [Easyloan](#). Målgruppsanpassade lån som till exempel seniorlån och individuell prissättning har gjort det svårt att jämföra villkoren genom traditionella prisjämförelsesajter.

Som svar lanserar Easyloan tillsammans med Prisjakt en bankoberoende sajt för att jämföra och ansöka om bolån.

– Att basera sitt bolånebeslut på de officiella uppgifter som publiceras på Internet, kan många gånger leda till onödigt höga bolånekostnader för konsumenten. De räntor som figurerar är en salig blandning av lägsta priser, högsta priser och riktpåsar. Det är först när långgivaren kan ta ställning till dig som person som du kan få ett korrekt pris, säger Martin Graap, vd för Easyloan AB, i en kommentar.

Dejtingbegreppet kommer sig av att de uppgifter som konsumenten lämnar om sig själv matchas mot olika låneprofiler hos bankerna. Det ska göra att bankerna kan skapa individuellt anpassade erbjudanden.

Artikel i InternetWorld i samband med lanseringen av Easyloan på Prisjakt.nu

Utöver denna pressinformation har ingen egentlig marknadsföring av Easyloan skett. Under testverksamheten har såväl sökordsannonsering som bannerannonsering använts för att locka användare till tjänsten, men detta har haft som främsta syfte att testa funktionaliteten i ”skarpt läge”. En bieffekt av detta har varit att långgivarna blev medvetna om vår existens genom de ”smakprov” som dessa aktiviteter genererade.

Den trafik som Easyloan har idag genereras främst av två källor. Dels från samarbetet med Prisjakt.nu som levererar ca 47 procent av alla besökare, och dels från det sökmotoroptimeringsarbete som SEO Logik bedriver för Easyloans räkning. Sökmotoroptimeringen syftar till att erhålla ”Topp 10”-placeringar för de mest relevanta sökorden (t ex ”bolån”, ”bostadslån” och ”omläggning av lån”) på de dominerande sökmotorerna (Google, Yahoo, MSN Search, Alta Vista och Eniro). Hittills har detta resulterat i 20 av 45 möjliga ”Topp 10”-placeringar och ca 15 procent av alla besökare. Dock saknas ännu topplaceringar för de viktigaste sökorden på Google, som står för ca 70 procent av alla sökningar på Internet. Enligt de avtal som föreligger med SEO Logik ska detta åstadkommas innan årets slut, varför sökmotorernas trafik kommer att öka väsentligt.

Refererande domäner		Januari - December, 2007 (1 year)		
Refererande domän	URL:er	Besökare	%	
1. prisjakt.nu	340	3159	33.8%	
2. Direct Access	N/A	1676	17.9%	
3. prisjakt.se	219	1257	13.4%	
4. google.se	906	909	9.7%	
5. idg.se	37	688	7.4%	
6. easyloan.se	278	333	3.6%	
7. googlesyndication.com	171	171	1.8%	
8. derigomedia.com	21	169	1.8%	
9. google.com	165	165	1.8%	
10. live.com	107	107	1.1%	
11. msn.se	105	105	1.1%	
12. 87.251.205.250:8095	63	89	1.0%	
13. bostadsagenten.se	74	74	0.8%	
14. obelix	45	66	0.7%	
15. eniro.se	52	52	0.6%	
16. altavista.com	50	50	0.5%	
17. hobster.se	21	29	0.3%	
18. 216.133.243.28	25	25	0.3%	
19. prisjakten.nu	16	18	0.2%	
20. yahoo.com	17	17	0.2%	
21. pricerunner.com	17	17	0.2%	
22. mongenie.com	15	15	0.2%	
23. spray.se	15	15	0.2%	
24. sesam.se	13	13	0.1%	
25. sedoparking.com	13	13	0.1%	
26. alfta.com	10	10	0.1%	
27. google.co.uk	9	9	0.1%	
28. kthnoc.se	7	7	0.1%	
29. google.fi	5	5	0.1%	
30. lankcentrum.se	5	5	0.1%	

Sammanställning över de 30 främsta trafikdrivarna under perioden juni–augusti 2007. (Källa: SEO Logik.)

Under återstoden av 2007 förväntas Prisjakt stå för en fortsatt hög andel av Easyloans besökare. För att höja det absoluta antalet besökare från Prisjakt har olika marknadsföringsaktiviteter påbörjats, t ex annonsering på aftonbladet.se och länkar på E24.se och Pengar24.se. Prisjakt har för avsikt att successivt utöka dessa aktiviteter, bland annat genom integrerade lösningar på E24.se och Pengar24.se. Detta är aktiviteter som inte belastar Easyloans budget, eftersom ersättningen till Prisjakt är helt prestationsbaserad.

För att i någon mån balansera Prisjakts dominans och påbörja etableringen av Easyloans eget varumärke, har avtal tecknats med affiliate-nätverket DoubleNet som, liksom sin mer kända kollega TradeDoubler, placerar ut annonser i sitt nätverk av Internetsajter och där ersättningen är helt prestationsbaserad. Eventuellt kommer detta att kompletteras med sökordsannonsering på Google.

Behov finns av ytterligare marknadsföring, framför allt för att etablera Easyloans varumärke i våra målgrupper. Syftet med detta är dels att snabbt etablera ett flöde av ”spontana” besökare och dels att avvärja potentiella konkurrenter. Förberedelser för detta pågår tillsammans med professionella mediarådgivare.

2.10. Organisation

Easyloans organisationen består idag av en extern konsult (VD) med ansvar för alla företagets funktioner. Fram till årsskiftet 2006/2007 har arbetet främst bestått av affärs- och applikationsutveckling.

Under 2007 har arbetet fått ett allt större inslag av försäljning och marknadsföring. För fortsättningen bedöms ca 75 procent av tiden att ägnas åt försäljning, kundvård, marknadsföring inklusive samarbetet med partners som Prisjakt. Resterande tid kommer att ägnas åt användarstöd, underhåll och uppgradering av webbplatsen samt åt ekonomi och administration.

På sikt (2009) kan försäljningsorganisationen behöva kompletteras med en ”account manager” med ansvar för den löpande kontakten med befintliga långivare samt nyförsäljning. Önskvärt är att denna person även kan hantera annan försäljning, t ex av annonsutrymme i nyhetsbrev till främst långivare men även andra företag som har intresse av Easyloans användare. När en ”account manager” finns på plats kommer VDs arbetsuppgifter att koncentreras till affärsutveckling, försäljning mot storbanker, partnerskap och marknadsföring.

Bokföringstjänster inköps av redovisningsbyrå. Varefter verksamheten expanderar kan det även bli aktuellt att inköpa tjänster för avräkning, fakturering och reskontra. Alternativet till detta är att anställa en person som, förutom dessa uppgifter, får ansvar för löpande uppdateringar i det administrativa systemet och användarsupport.

All teknik, utveckling, drift och underhåll, inköps externt. På sikt kan det bli lönsamt att anställa en egen systemutvecklare med ansvar för driftfrågor, löpande underhåll och uppdateringar, bankanpassning, partneranpassning (t ex Prisjakt), teknisk användarsupport, sökmotorsoptimering och enklare utvecklingsprojekt.

2.11. Produktion

Easyloans publika del (www.easyloan.se) är uppbyggt på standardiserade publiceringsverktyg som utnyttjas på licens. Den bakomliggande affärslogiken (matchningsmotorn etc) och det administrativa systemet är skraddarsytt av konsult efter specifikation från Easyloan, och byggt på väl beprövad och robust Microsoft-teknik. Systemet stöder de vanligast förekommande webbläsarna oavsett klientoperativsystem (Internet Explorer 6.0 och framåt, Mozilla och Firefox). All information skyddas av den högsta standarden för s.k. SSL-autentisering (VeriSign Extended Validation SSL) och den absolut starkaste SSL-krypteringen för varje enskild användare (VeriSign Secure Site Pro).

Hela applikationen är uppbyggt enligt principen ”självspelande piano” och kräver ett minimum av insatser för drift och underhåll. Aktuella räntor uppdateras automatiskt varje natt via Ecovision. Uppdatering av textinnehåll görs internt. Teknisk drift, serverkapacitet och underhåll inköps från extern leverantör.

2.12. Produktutveckling

Hittills har Easyloan investerat mellan tre och fyra månår i konceptet och applikationen Easyloan. Applikationens huvudsakliga komponenter; webbplats/användargränssnitt, matchningsmotor, utskicks-generatorer och det administrativa systemet är i allt väsentligt färdigutvecklade. Systemets olika delar är testade publikt och innehåller inga kända fel av betydelse.

Den fortsatta produktutvecklingen kommer närmast att få karaktären av ”fine tuning”, bl a i syfte att höja andelen besökare som gör ansökningar samt erbjuda långivarna fler urvalsmöjligheter.

Idéer till produktutveckling genereras i första hand i relationen med låntagare och långgivare. Funktionsbeskrivningar och kravspecifikationer upprättas internt. Tekniska specifikationer och det konkreta programmeringsarbetet inköps idag från extern leverantör.

Av strategiska skäl kan det på sikt bli aktuellt med att separera utveckling från drift och underhåll, varvid det senare då flyttas från nuvarande leverantör till tredje part. Vissa delar av utveckling och underhåll kan också komma att hanteras av egna resurser, framför allt de delar som berör relationen mellan Easyloan och långivarna.

3. Marknad

3.1. Bolånemarknadens storlek och utveckling

Den möjliga marknaden för Easyloan uppgick till 346 miljarder kronor år 2005 bestående av 165 miljarder kronor för köp av bostad och 181 miljarder kronor för omläggning av befintliga lån. Under det året omsattes ca 60 000 småhus (inkl fritidshus), 88 000 bostadsrätter och 11 000 nyproducerade småhus. Detta ger ett genomsnittligt lån på 1,04 miljoner kronor. Om vi tillämpar samma genomsnitt vid omläggning av lån får vi totalt ca 333 000 bolån under 2005. Exakta uppgifter för 2006 saknas men en kvalificerad bedömning ger en marknad på mellan 350 och 400 miljarder kronor.

Den totala utlåningen från banker, bostadsinstitut och finansbolag till svenska hushåll uppgick 2006 till över 1 750 miljarder kronor. Av detta utgjorde drygt 70 procent, eller ca 1 250 miljarder kronor, bolån. Detta var en ökning med 126 miljarder från 2005. Under 2000-talet har den totala utlåningen till bostäder ökat från 544 miljarder, vilket är en ökning med 130 procent.

Inte helt oväntat ökade utlåningen till bostadsrätter mest, med 21 procent, medan småhusutlåningen ökade med 11 procent.

Trots höjda räntor har inte bostadsutlåningen mattats av under 2007. Snarare har speciellt utlåningen till bostadsrätter ökat ovanligt starkt jämfört med tidigare år. om räntehöjningar har denna utveckling hittills fortsatt under 2006. Under årets första åtta månader ökade den privata utlåningen med 86,9 miljarder kronor till bostäder, vilket är endast 0,3 miljarder lägre än under motsvarande period 2005.

	2006	2007
	Jan-Apr	Jan-Apr
Småhus	27,3	26,8
Bostadsrätter	12,7	14,6
Flerbostadshus	- 4,9	1,6
Övrigt	- 1,7	1,9
Totalt	33,4	44,9

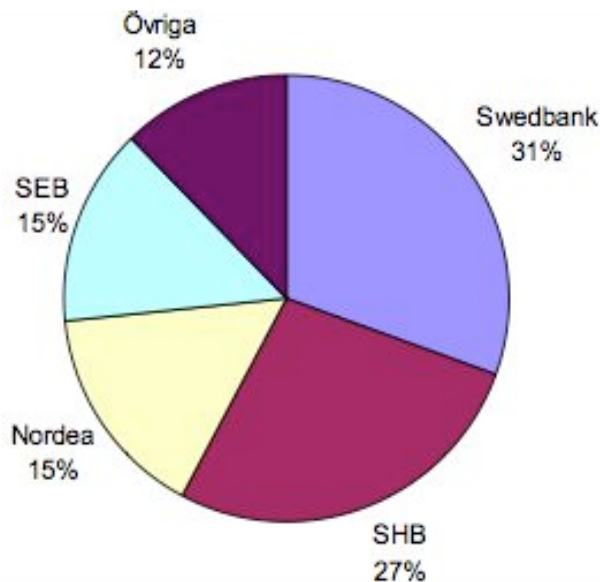
Förändring av bolån mellan tertial 1 2006 och tertial 1 2007, miljarder kronor. (Källa: Svenska Bankföreningen, 24 maj 2007.)

Av den totala lånevolymen 2006 var 54 procent med rörlig ränta och 33 procent med kort bindningstid, medan endast 13 procent var med lång bindningstid. Detta är intressant eftersom Easyloans affärsmodell främjas både av marknadens tillväxt och av dess rörlighet.

För att sätta den svenska utlåningen i perspektiv kan vi konstatera att den svenska bolånestocken fortfarande har en bit upp till den danska som, trots ett mindre befolkningsunderlag, uppgick till ca 1 700 miljarder danska kronor 2005. (Källa: Nationalbanken.)

3.2. Bolånemarknadens aktörer med marknadsandelar

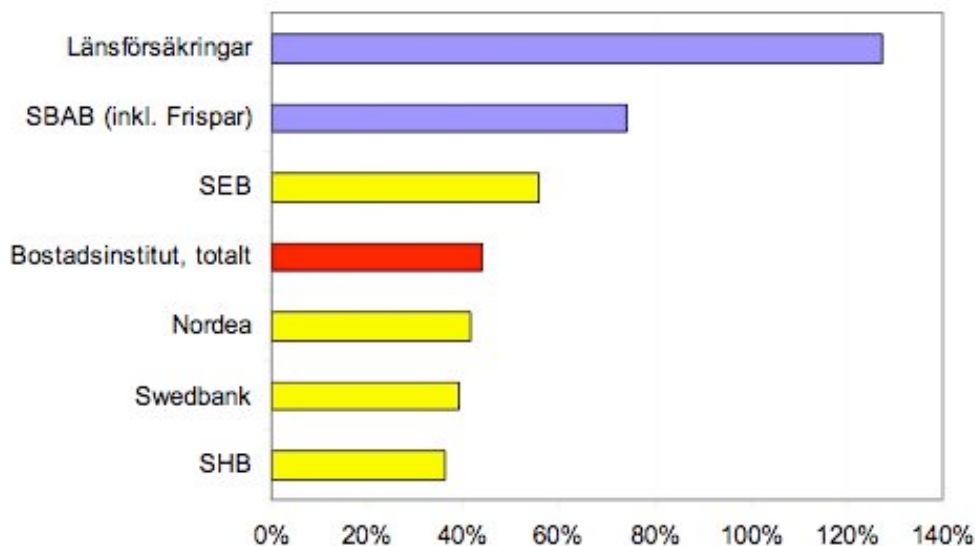
Den svenska bolånemarknaden domineras fortfarande av de fyra stora instituten; Swedbank Hypotek (tidigare Spintab), Stadshypotek/ Handelsbanken Hypotek, Nordea Hypotek och SEB Bolån. Tillsammans står dessa för ca 88 procent av utlåningsstocken.



Bostadsinstitutens andel av utlåningsstocken till hushåll år 2006 (Källa: SCB 2007a)

Från år 2001 har dock Stadshypotek/Handelsbanken Hypotek och Swedbank successivt tappat marknadsandelar. Sammanlagt rör det sig om drygt sex procentenheter, eller från ca 64 procent till ca 58 procent. Vinnare är främst Länsförsäkringar och SBAB, men även SEB, vilket framgår av nedanstående figur.

Observera att dessa siffror till del får anses vara missvisande eftersom Danske Banks och SkandiaBankens bolån inte finns med i denna statistik beroende på att de inte, till skillnad från andra större aktörer, har separata bostadsinstitut. Både Dansk Bank och SkandiaBanken har ökat sina utlåningsvolymerna väsentligt under senare år, vilket huvudsakligen är hänförligt till bolån.



Förändring av bostadsinstitutens utlåning till hushållen, 2004-2006. (Källa: SCB 2007a)

Det bör även noteras att inleverantörer till Swedbank Hypotek är dels FöreningsSparbanken/Swedbank och dels ett antal fristående sparbanken, t ex Färs & Frostasparbanken. På motsvarande sätt förmedlas SBABs bolån av bl a IKANO-Banken, ICA-banken, GE Money Bank, Salus Ansvar, Telge Energi och ett antal fristående sparbanker. Totalt finns idag ett 25-tal aktörer som självständigt marknadsför sina bolån mot konsument.

På senare år har vi fått se två nya typer av långgivare; dels sådana som arbetar med s.k. problemlån (t ex BlueStep) och dels sådana som enbart vänder sig till pensionärer (t ex Svensk Hypotekspension).

Vår bedömning är att konkurrensen kommer att fortsätta att öka, med nya, eventuellt fler utländska, aktörer och fler marknadsföringskanaler. Ett aktuellt exempel på detta är Den Norske Banks förvärv av Svensk Fastighetsförmedling och bud på låneverksamheten inom Salus Ansvar.

Under 2006 började bankerna att successivt tillämpa de nya reglerna för riskbedömning och kapitaltäckning (Basel II). En effekt av dessa nya beräkningsmetoder är en ökad differentiering i prissättningen av bolån och en alltmer individualiserad kreditprövning. Följden blir även att bankerna kommer att få nya incitament att öka sitt kreditutbud. Bägge dessa gynnar Easyloan.

3.3. Bolånetagarna

Den svenska bolånemarknaden drivs naturligtvis av den svenska bostadsmarknaden och bostadsprisernas kraftiga utveckling. Totalt har vi ett bostadsbestånd i Sverige som 2006 (siffrorna inom parentes avser 2005) uppgick till 4 435 903 (4 379 541) bostäder/lägenheter, fördelat på 2 018 093 (1 997 072) småhus och 2 417 810 (2 382 469) lägenheter i flerbostadshus. (Källa: SCB Kalkylerat bostadsbestånd 2006.) Till detta kommer 155 702 fritidshus (2005 års uppgift).

Under 2006 bytte 150 194 bostäder ägare, 91 623 bostadsrätter.

Enligt Boverkets Boindikator påbörjades det under 2006 byggandet av sammanlagt 40 500 nya bostäder, varav 22 700 i flerbostadshus, 13 300 i småhus och 4 500 genom ombyggnad av vindar och lokaler.

Marknaden för bostäder under 2006 kan beskrivas med hjälp av följande tabell.

	Antal	Genomsnittspris	Totalt försäljningsvärde
Småhus	58 571	1 630 000	95 443 803 000
Bostadsrätt	91 623	930 000	85 209 390 000
Fritidshus	us	us	us
Summa	150 194	1 280 000	180 653 193 000

Försäljning av bostäder 2006 (Källa: SCB)

Tyvär saknas motsvarande uppgifter för fritidshus, eftersom de utgör en icke oväsentlig del av marknaden. Enligt en undersökning publicerad av Nordea (13 juni 2007) äger 1,2 miljoner svenskar ett fritidshus. Knappt en tredjedel av dessa är inte belånade. 56 000 svenskar uppger att de är helt säkra på att de kommer att köpa ett fritidshus under de närmaste två åren, till ett totalt värde av 20 miljarder kronor.

Marknaden påverkas även av befolkningens benägenhet att flytta, vilket ökar omsättningshastigheten för bostäderna. Enligt en rapport från Mäklarsamfundet (Varför flytta? Januari 2007) omsattes 3,8 procent av alla småhus och 12 procent av alla bostadsrätter under 2005.

Majoriteten av den svenska befolkningen bor i en villa som ägs av dem själva och 29,5 procent av hushållens totala inkomst spenderas på boendet. (Källa: Mäklarsamfundet Bransch 2005) Hushållens fördelning på olika boendeformer framgår av följande tabell:

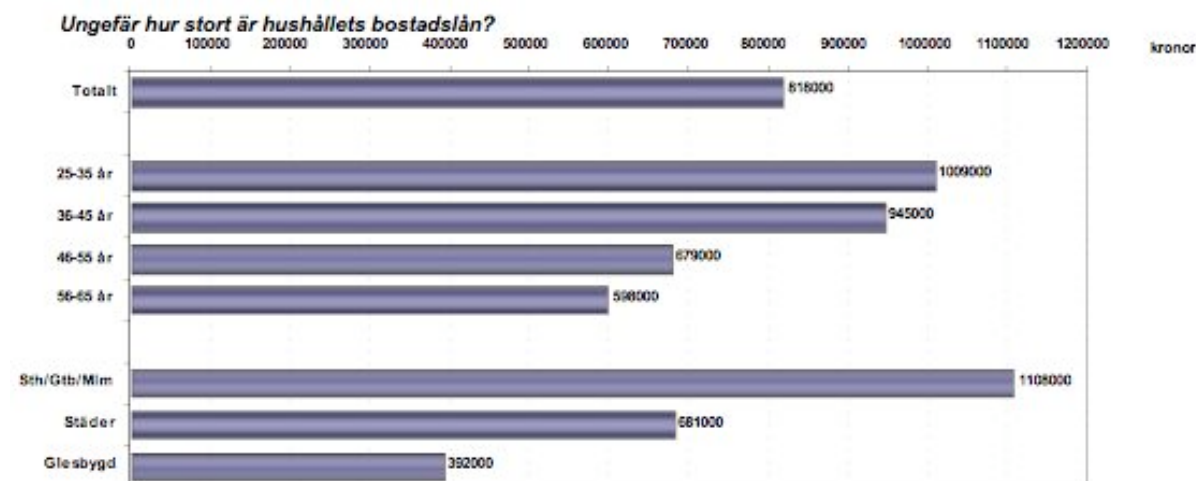
	Antal hushåll	Antal personer	Andel
Småhus	1 615 000	4 248 000	37,4 %
Bostadsrätt	766 000	1 321 000	17,7 %
Hysesrätt	1 736 000	2 929 000	40,1 %
Övrigt	207 000	265 000	4,7 %
Summa	4 324 000	8 763 000	99,9 %

Hushållen fördelade efter boendeform 2005 (Källa: SCB)

En undersökning utförd av TEMO (på uppdrag av SBAB) under mars 2006, visar att 18 procent av husägarna har bytt bolåneleverantör under de senaste tre åren. Stockholmarna är de som bytt mest frekvent, där ungefär 30 procent av husägarna bytt bank under de senaste tre åren. I Göteborg är motsvarande siffra 15 procent. Samtidigt är det allt fler låntagare som skaffar sig en ”andra bank”, inte minst för bolån, vilket t ex

SBABs utveckling är ett tydligt bevis på. Enligt aktuell uppgift från SBAB har varje person i genomsnitt 3,5 leverantörer av finansiella tjänster.

Enligt en färsk rapport från Nordea (Låneläget 2007) uppgår hushållens genomsnittliga bolån till 818 000 kronor. För 16 procent av hushållen motsvarar bolånet 80-100 procent av bostadens marknadsvärde, medan det för hela 45 procent motsvarar 40 procent av värdet eller lägre. Drygt 40 procent av dem som har ett bolån har tagit ytterligare lån på bostaden under det senaste tre åren, framför allt för att finansiera renovering och ombyggnad men även för köp av bil eller båt. 30 procent kan tänka sig att öka belåningen de närmaste tre åren.

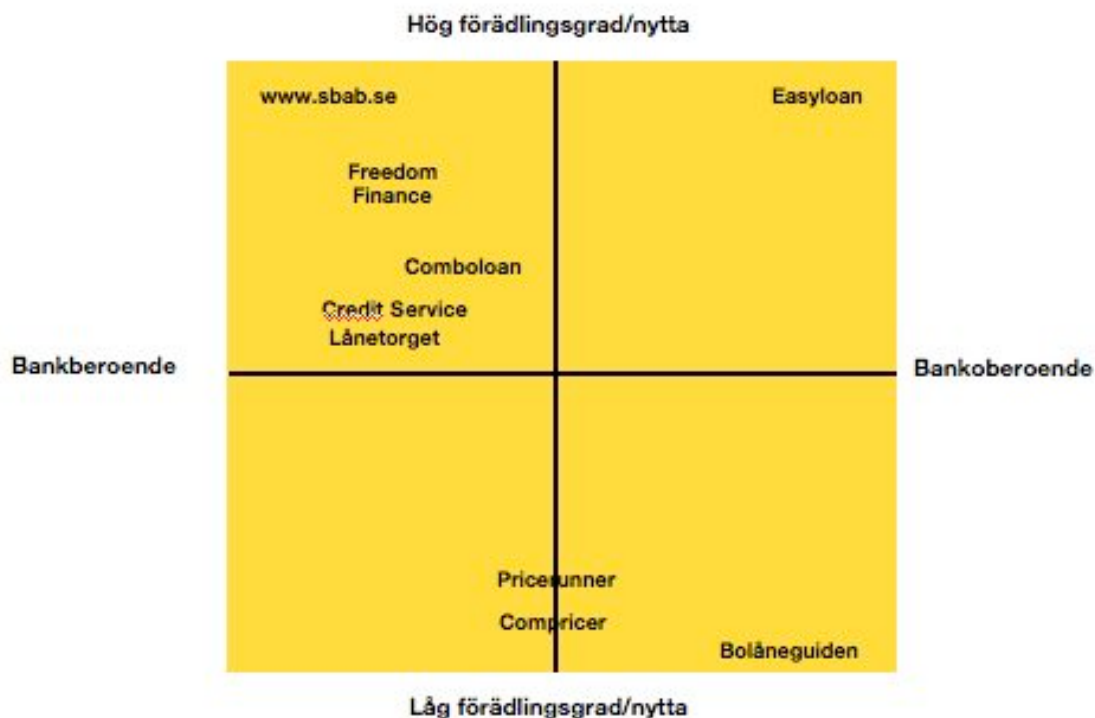


Bolånets storlek per hushåll, fördelat på ålder och bostadsort. (Källa: Nordea "Låneläget 2007")

Mycket tyder alltså på att rörligheten mellan bankerna ökar. Faktorer som driver på denna utveckling är; respekten för bankerna som institution avtar, ökad konkurrens om bolånetagarna, en större medvetenhet hos konsumenten att jämföra och, inte minst, Internetanvändningens utbredning. Enligt Bankföreningens rapport "Allmänhetens syn på bankerna 2007. (Synovate/Temo) anger 52 procent av bankkunderna att Internet är den huvudsakliga kontaktvägen. Enligt samma undersökning uppger 44 procent att de använder två eller flera banker eller finansiella företag.

Under 2005 var det 51 procent av befolkningen som för privat bruk använde någon Internetbank (källa: SCB). Högst var användningen i grupperna 25-34 år (74 %) och 35-44 år (61 %) samt i gruppen "Två vuxna med barn" (67 %). Enligt samma undersökning var det 10 procent av befolkningen som under 2005 använde Internet för andra finansiella tjänster, t ex köp och försäljning av aktier.

3.4. Konkurrens



De olika Internet-tjänster som finns inom bolån kan insorteras i nedanstående matris. Den horisontella axeln avser i vilken grad tjänsten är kopplad till en enskild långgivare, d v s hur opartisk en rekommendation från tjänsten upplevs vara. Den vertikala axeln indikerar det värde som tjänsten tillför såväl låntagare som långgivare.

Bankberoende + Låg förädlingsgrad/nytta

I denna kategori finns det egentligen ingen aktör, även om prisjämförelsesajter som Pricerunner och Compricer ligger på gränsen. Dessa tjänster ger ofullständig och ibland direkt missvisande uppgifter då de helt och hållet baseras på officiella räntor som många gånger inte är relevanta för den enskilde låntagaren. För att få ett komplett beslutsunderlag tvingas långgivaren att fylla i separata och olika ansökningar för varje långgivare. Även för långgivarna är nyttan låg eftersom dessa tjänster endast levererar klick till deras hemsidor – inte kompletta låneansökningar. Tjänsterna är dessutom relativt bankberoende eftersom långgivarna genom annonsering har möjlighet att påverka sin placering i resultatlistorna.

Bankoberoende + Låg förädlingsgrad/nytta

Denna kategori befolkas av en mängd s.k. länksamlingar (ä k flugfällor) som med hjälp av mer eller mindre tillåtna metoder för sökordsoptimering attraherar besökare via sökmotorerna. Dessa webbplatser innehåller oftast ingen nyttig information utan länkar bara vidare till olika långgivares hemsidor. Intäkterna kommer från medverkan i främst Googles system för s.k. affiliateannonsering. Bolåneguiden är endast ett exempel på en sådan länksamling. Andra exempel är bo-lan.se, Finansportalen och Bankinfo.se.

Bankberoende + Hög förädlingsgrad

I denna kategori återfinns alla långgivarnas egna Internettjänster, men även ”återförsäljare” som t ex Freedom Finance, Comboloan och Lånetorget. Samtliga dessa återförsäljare levererar relativt hög nytta, t ex i form av universella ansökningsformulär som genererar mer eller mindre kompletta ansökningar till långgivarna. Vissa av dem, främst Comboloan, innehåller även tjänster för bevakning av ränteförändringar, prenumeration på nyhetsbrev, boendekostnadskalkyler etc. Nackdelen för låntagaren är att dessa tjänster endast förmedlar ansökningar till en handfull långgivare. Comboloan redovisar dessa öppet medan de andra är mer eller

mindre förtegn om till vilka låntagarens ansökan skickas till. Detta innebär att det finns en uppenbar risk att ansökan skickas till den långgivare som betalar bäst. Eftersom antalet långgivare är litet är sannolikheten också stor att det bästa lånet finns någon annanstans.

Bankoberoende + Hög förädlingsgrad

Easyloan är den enda Internetbaserade tjänsten för bolån som är bankoberoende och som samtidigt levererar ett högt värde till både låntagare och långgivare. Vi är också den enda som använder en ”matchningsmotor” som på ett kostnadseffektivt sätt vaskar fram rätt långgivare för varje enskild låntagare (och vice versa). Följande punkter sammanfattar våra konkurrensfördelar.

- **Bankoberoende.** Både låntagare och långgivare kan vara trygga i att vi inte tar ställning.
- **Universell, komplett ansökan.** Låntagaren fyller i en enda ansökan som utgör ett komplett beslutsunderlag för långgivaren.
- **Unik matchningsmotor.** Både låntagare och långgivare får hjälp att hitta bästa möjliga partner.
- **Total distribution.** Låntagarens ansökan skickas till samtliga, relevanta, långgivare.
- **Klar fokus.** Låntagaren distraheras inte av annonser eller andra sidoinkomstkällor.

4. Framtidsutsikter

Funktionalitet, enkelhet och relevans för användaren är ledord som har lett till stora framgångar för nätaktörer. Det gäller såväl för relativt breda sajter som aftenbladet.se och Lunarstorm, som för relativt smala som Blocket och Hitta.se.

Utbudet på Internet kan indelas i nyhetssajter, nöjessajter och nytto sajter där de senare tillfredsställer besökarens olika intressen och behov. Easyloan är i detta sammanhang en extrem nytto sajt som använder Internet för att lösa ett för konsumenten ytterst påtagligt och angeläget problem: Hur ska jag kunna sänka mina bolånekostnader?!

Det är ägarnas bedömning att behovet av Easyloan kommer att vara fortsatt stort under en överskådlig framtid. Oavsett om bostadspriserna och/eller boräntorna kommer att gå upp eller ner kommer antalet transaktioner fortsätta att vara stort. Vi måste ju alla ha någonstans att bo och ibland måste vi/vill vi flytta.

Det är också vår bedömning att bolånegivarnas intresse för nya marknadskanaler kommer att öka. Befintliga kanaler som egna kontorsnät och fastighetsmäklare är inte tillräckligt kostnadseffektiva och upplevs dessutom, med all rätt, jäviga av konsumenten. Samtidigt finns det naturligtvis en inbodd motvilja hos bolånegivarna att jämföras och konkurrensutsättas, framför allt hos de aktörer som sitter på de stora lånestockarna. Utvecklingen – pådriven av ny teknik, nya aktörer och inte minst myndigheternas krav på större transparens och rörlighet inom banksektorn – kan dock ingen stoppa. Så länge någon av de större aktörerna väljer att samarbeta med Easyloan är det i längden svårt för de andra att inte följa efter.

Easyloans strategi är därför att snabbt uppnå en stark position på den svenska marknaden. När väl vårt koncept och affärsmodell har blivit utprovat och accepterat av de svenska låntagarna, finns det goda möjligheter till expansion, i första hand till andra geografiska marknader, främst i norra Europa. Expansion kan ske med en låg risk och till en låg kostnad, då befintlig infrastruktur kan återanvändas.

5. Budget/prognos

5.1 Prognos 2007-2009

Nedanstående tabell presenterar utfallet under de tre månader som verksamheten har bedrivits i ”full drift” samt prognoser för verksamhetsåret 2007/2008 respektive kalenderåren 2008 och 2009.

	06-08 2007	2007/2008	2008	2009
Egna besökare (1000)	8,0	158,0	184,0	250,0
Besökare fr partners (1000)	4,9	115,5	169,0	250,0
Summa besökare (1000)	12,9	273,5	353,0	500,0
Antal ansökningar	205	8 511	11 918	20 000
Ansökningar (Mkr)	327	12 765,8	17 876,3	30 000,0
Summa provisioner (tkr)	us	5 685,8	8 770,1	18 150,0

Andel ansökningar (CR1)	1,59%	3,11%	3,38%	4,00%
Andel lån (CR2)	us	20,83%	24,38%	27,50%
Genomsnittlig provision	us	0,18%	0,20%	0,22%
Genomsnittslån (Mkr)	1,60	1,50	1,50	1,50

Provisionsintäkter	us	5 685,8	8 770,1	18 150,0
Annonsintäkter	0,0	0,0	0,0	1000,0
Övriga intäkter	0,0	80,0	80,0	160,0
Summa intäkter	us	5 765,8	8 850,1	19 310,0

Provision till partners	us	1 111,4	2 111,7	4 537,5
Sökordsannonsering	14,3	230,0	240,0	360,0
Övrig marknadsföring	0,0	2 009,0	2 100,0	2 000,0
Sökordsoptimering	15,0	145,0	200,0	300,0
Kreditupplysningar	10,0	40,0	40,0	80,0
Ränteuppdateringar	5,0	20,0	20,0	20,0
Utveckling (inköp)	126,0	295,0	300,0	200,0
Utveckling (anställd)	0,0	0,0	160,0	480,0
Datadrift/underhåll	15,0	60,0	80,0	100,0
Ekonomi/admin (inköp)	5,0	54,0	115,0	115,0
Ekonomi/admin (anställd)	0,0	0,0	80,0	360,0
Account manager	0,0	0,0	0,0	600,0
Lokaler	0,0	0,0	75,0	240,0
Resor/uppehälle	8,0	120,0	200,0	300,0
Övrigt	6,0	60,0	100,0	150,0
Konsultarvode VD	185,0	740,0	840,0	840,0
Provisioner	0,0	56,6	0,0	0,0
Avskrivningar	60,0	220,0	240,0	240,0
Summa kostnader	449,3	5 338,5	6 901,7	10 922,5

Rörelseresultat	-449,3	427,3	1 948,5	8 387,5
------------------------	---------------	--------------	----------------	----------------

Utfall juni-augusti 2007, prognos för räkenskapsåret 2007/2008 samt helår 2008 respektive 2009.

5.2 Kommentarer

Prognosen för 2007/2008 förutsätter att kapitaltillskott finns tillgängligt under oktober månad och att en lanseringskampanj då kan igångsättas. Försernas detta kommer det sannolikt att följas av en motsvarande försening av intäkter och kostnader.

Antalet besökare förväntas på kort sikt huvudsakligen att komma som ett resultat av denna marknadsföring. På längre sikt väntas effekterna av sökmotorsoptimering samt partnerskap med andra webbplatser, såsom t ex Prisjakt, att öka.

Andelen ivägskickade ansökningar (CR1) har under testverksamheten periodvis överstigit 3 procent. Under de första tre månaderna ”i drift” har den varit ca 1,6 procent. Detta förklaras av en extra hög andel nyfikna i samband med lanseringen på Prisjakt. För verksamhetsåret 2007/2008 beräknas andelen åter stiga, till 3,1 procent, för att sedan ytterligare stiga till 3,4 respektive 4 procent för 2008 respektive 2009. Detta som en effekt av högre acceptans för tjänsten som sådan, samt av ett effektivare omhändertagande av såväl tidigare som nya besökare.

Andelen lån i förhållande till ansökningar (CR2) är en direkt konsekvens av hur många och hur stora bolånegivare som är anslutna till Easyloan. Under förutsättning att samtliga låneansökningar är seriösa kommer samtliga dessa att resultera i ett lån hos någon bolånegivare. En långgivare med 10 procents marknadsandel får, statistiskt sett, samma marknadsandel bland de lån som förmedlas av Easyloan. Så länge inte samtliga långgivare är anslutna torde dock andelen bli högre i praktiken, på grund av mindre konkurrens om just dessa låntagare.

För testperioden finns ännu inga uppgifter då endast Bank2 och BlueStep medverkat, och då avstämning med dessa ännu inte är klar. För 2007/2008 förväntas en genomsnittlig andel på ca 21 procent. De långgivare som är klara motsvarar, rent statistiskt, mellan 10 och 12 procent, varför ytterligare långgivare krävs. För 2008 respektive 2009 förväntas andelen öka till ca 24,5 respektive 27,5 procent. Samarbete med en av storbankerna innebär sannolikt att dessa mål omedelbart nås.

Det genomsnittliga lånet är beräknat till 1,5 Mkr, vilket är något lägre än genomsnittslånet under perioden juni – augusti 2007-

Easyloans ersättning per lån är beräknat till 0,18 procent av beviljat belopp för 2007/2008. Inledningsvis kommer den att vara något lägre på grund av många provavtal. Ersättningsnivån stiger till 0,2 procent under 2008 respektive 0,22 procent under 2009. Ökningen motiveras främst av det ökade värde som Easyloan kommer att tillföra långgivarna och dels av en marginalförbättring hos långgivarna, bl a till följd av tillämpningen av de nya Basel II-reglerna.

Kostnaderna består till största delen av rörliga ersättningar för levererade ansökningar/lån och marknadsföring. Kostnaderna för utveckling, anpassning och underhåll av system består under 2007 och delar av 2008 av ersättning till konsult. Fr o m september 2008 har budgeterats en egen anställd som tar hand om en stor del av detta arbete.

Från och med september 2008 innehåller budgeten en halvtidstjänst för ekonomisk uppföljning och rapportering. Denna har utökats till en heltidstjänst under 2009.

Från och med januari 2009 innehåller budgeten en ”account manager” med ansvar för det löpande försäljningsarbetet.

5.3 "Break even"-analys

Följande tabell visar vilken volym som krävs för att verksamheten ska bära sina fasta kostnader, med hänsyn taget till ett antal olika scenarios.

	Utfall inkl PJ	Utfall exkl PJ	Scenario 1	Scenario 2	Scenario 3	Scenario 4	Scenario 5
Egna besökare (1000)	8,0	8,0	8,0	10,0	5,0	5,0	10,0
Besökare fr partners (1000)	4,9	0,0	0,0	0,0	5,0	5,0	10,0
Summa besökare (1000)	12,9	8,0	8,0	10,0	10,0	10,0	20,0
Antal ansökningar	205	196	196	245	245	245	490
Ansökningar (Mkr)	327,0	312,6	312,6	390,8	390,8	390,8	781,6

Andel ansökningar (CR1)	1,59%	2,45%	2,45%	2,45%	2,45%	2,45%	2,45%
Andel lån (CR2)	10,00%	10,00%	25,00%	25,00%	25,00%	40,00%	40,00%
Genomsnittlig provision	0,18%	0,18%	0,18%	0,18%	0,18%	0,18%	0,18%
Genomsnittslån (Mkr)	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60

Provision (tkr)	58,86	56,28	140,69	175,86	175,86	281,38	562,76
------------------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Provision till partners	11,18	0,00	0,00	0,00	43,97	70,34	140,69
-------------------------	-------	------	------	------	-------	-------	--------

TB1	47,68	56,28	140,69	175,86	131,90	211,03	422,07
------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Fasta kostnader							
Sökordsoptimering	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Kreditupplysningar	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Ränteuppdateringar	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60	1,60
Datadrift/underhåll	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Ekonomi/administration	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
Lokaler	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resor/uppehälle	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
Övrigt	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Konsultarvode VD	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00
Avskrivningar	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Summa fasta kostnader	97,10	97,10	97,10	97,10	97,10	97,10	97,10

TB 2	49,42	40,82	43,59	78,76	34,80	113,93	324,97
-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	---------------	---------------

Utfall inkl PJ (Prisjakt) visar verkligt förhållande mellan besökare, ansökningar och lån under ca 3 månader (utan marknadsföring). Det visar även möjlig provision i det fall samtliga av de långivare som nu har avtal med Easyloan, skulle ha varit verksam under hela perioden. Detta är ställt mot nuvarande fasta månadskostnad, d v s för att få en känsla för den minimnivå som krävs per månad. Som synes blir TB2 negativt, d v s det finns inget över till t ex utveckling/uppdatering, marknadsföring och vinst.

Utfall exkl PJ är samma som ovanstående men rensat från Prisjakts effekt på besökare, ansökningar och lån, liksom från deras provision.

Scenario 1 visar effekten av att en (och den minsta) av storbankerna kommer med, allt annat lika föregående alternativ.

Scenario 2 visar vad som händer om vi av egen kraft höjer antalet besökare till 10 000 per månad, allt annat lika föregående alternativ.

Scenario 3 visar utfallet om de 10 000 besökarna fördelar sig lika på egen trafik och provisionsberättigande trafik från partner (t ex Prisjakt), allt annat lika föregående alternativ.

Scenario 4 visar effekten av att ytterligare en storbank går med (alternativt att storbanken i scenario 1, som var den minsta, byts ut mot den största), allt annat lika föregående alternativ.

Scenario 5, slutligen, visar effekten av att trafiken ökar till 20 000 per månad, lika fördelad mellan egen och partner, allt annat lika föregående alternativ.

Sammantaget visar detta att det krävs 10 000 besökare per månad och medverkan av långivare som representerar en sammanlagd marknadsandel på 25 procent för att verksamheten ska nå break-even.

KONFIDENTIELLT

5.4 Prognos verksamhetsår 2007/2008, månad för månad.

	sep	okt	nov	dec	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	aug	Summa
Egna besökare (1000)	1,0	2,0	20,0	20,0	12,0	14,0	16,0	18,0	18,0	18,0	9,0	10,0	158,0
Besökare fr partners (1000)	1,0	3,0	5,0	7,5	8,0	10,0	12,0	14,0	16,0	18,0	9,0	12,0	115,5
Summa besökare (1000)	2,0	5,0	25,0	27,5	20,0	24,0	28,0	32,0	34,0	36,0	18,0	22,0	273,5
Antal ansökningar	38	105	575	743	600	744	896	1 056	1 139	1 224	621	770	8 511
Ansökningar (Mkr)	57,0	157,5	862,5	1 113,8	900,0	1 116,0	1 344,0	1 584,0	1 708,5	1 836,0	931,5	1 155,0	12 765,8
Summa provisioner (tkr)	8,6	29,5	194,1	334,1	405,0	502,2	604,8	792,0	854,3	918,0	465,8	577,5	5 685,8

Andel ansökningar (CR1)	1,90%	2,10%	2,30%	2,70%	3,00%	3,10%	3,20%	3,30%	3,35%	3,40%	3,45%	3,50%	3,11%
Andel lån (CR2)	10,00%	12,50%	15,00%	20,00%	22,50%	22,50%	22,50%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	20,83%
Genomsnittlig provision	0,15%	0,15%	0,15%	0,15%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,18%

Genomsnittslån	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
----------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Provisionsintäkter	8,6	29,5	194,1	334,1	405,0	502,2	604,8	792,0	854,3	918,0	465,8	577,5	5 685,8
Annonsintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Övriga intäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0	80,0
Summa intäkter	8,6	29,5	194,1	334,1	445,0	502,2	604,8	792,0	854,3	918,0	465,8	617,5	5 765,8

Provision till partners	2,1	8,9	19,4	45,6	81,0	104,6	129,6	173,3	201,0	229,5	116,4	157,5	1 111,4
Sökordsannonsering	15,0	15,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	230,0
Övrig marknadsföring	7,0	2,0	400,0	400,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	0,0	0,0	2 009,0
Sökordsoptimering	15,0	0,0	15,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	15,0	145,0
Kreditupplysningar	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	10,0	40,0
Ränteuppdateringar	5,0	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	20,0
Utveckling	5,0	5,0	60,0	5,0	40,0	40,0	40,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	295,0
Datadrift/underhåll	15,0	0,0	0,0	15,0	0,0	0,0	15,0	0,0	0,0	15,0	0,0	0,0	60,0
Ekonomi/administration	10,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	54,0
Lokaler	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Resor/uppehålle	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	120,0
Övrigt	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	60,0
Konsultarvode VD	45,0	45,0	45,0	45,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	740,0
Provisioner	0,9	3,0	19,4	33,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	56,6
Avskrivningar	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	220,0
Summa kostnader	155,0	117,8	627,8	608,0	450,0	533,6	518,6	522,3	610,0	598,5	265,4	331,5	5 338,5

Rörelseresultat	-146,4	-88,3	-433,8	-273,9	-5,0	-31,4	86,2	269,8	244,3	319,5	200,3	286,0	427,3
------------------------	---------------	--------------	---------------	---------------	-------------	--------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

5.5 Prognos helår 2008, månad för månad.

	jan	feb	mar	apr	maj	jun	jul	aug	sep	okt	nov	dec	Summa
Egna besökare (1000)	12,0	14,0	16,0	18,0	18,0	16,0	8,0	10,0	18,0	18,0	18,0	18,0	184,0
Besökare fr partners (1000)	8,0	10,0	12,0	14,0	16,0	18,0	9,0	12,0	16,0	18,0	18,0	18,0	169,0
Summa besökare (1000)	20,0	24,0	28,0	32,0	34,0	34,0	17,0	22,0	34,0	36,0	36,0	36,0	353,0
Antal ansökningar	600	744	896	1 056	1 139	1 156	587	770	1 190	1 260	1 260	1 260	11 917,5
Ansökningar (Mkr)	900,0	1 116,0	1 344,0	1 584,0	1 708,5	1 734,0	879,8	1 155,0	1 785,0	1 890,0	1 890,0	1 890,0	17 876,3
Summa provisioner (tkr)	405,0	502,2	604,8	792,0	854,3	867,0	439,9	577,5	892,5	945,0	945,0	945,0	8 770,1
<i>Andel ansökningar (CR1)</i>	3,00%	3,10%	3,20%	3,30%	3,35%	3,40%	3,45%	3,50%	3,50%	3,50%	3,50%	3,50%	3,38%
<i>Andel lån (CR2)</i>	22,50%	22,50%	22,50%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	24,38%
<i>Genomsnittlig provision</i>	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%	0,20%
<i>Genomsnittslån (Mkr)</i>	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50

Provisionsintäkter	405,0	502,2	604,8	792,0	854,3	867,0	439,9	577,5	892,5	945,0	945,0	945,0	8 770,1
Annonsintäkter	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Övriga intäkter	40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0	0,0	0,0	0,0	0,0	80,0
Summa intäkter	445,0	502,2	604,8	792,0	854,3	867,0	439,9	617,5	892,5	945,0	945,0	945,0	8 850,1
Provision till partners	81,0	104,6	129,6	173,3	201,0	229,5	116,4	157,5	210,0	236,3	236,3	236,3	2 111,7
Sökordsannonsering	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	240,0
Övrig marknadsföring	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	200,0	0,0	0,0	300,0	200,0	200,0	200,0	2 100,0
Sökordsoptimering	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0	0,0	50,0	0,0	200,0
Kreditupplysningar	0,0	10,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	10,0	0,0	40,0
Ränteuppdateringar	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	5,0	20,0
Utveckling (inköp)	40,0	40,0	40,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	50,0	10,0	10,0	10,0	300,0
Utveckling (anställd)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	40,0	40,0	40,0	40,0	160,0
Datadrift/underhåll	0,0	0,0	15,0	0,0	0,0	15,0	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	25,0	80,0
Ekonomi/admin (inköp)	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	5,0	20,0	5,0	5,0	115,0
Ekonomi/admin (anställd)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	20,0	20,0	20,0	20,0	80,0
Lokaler	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	75,0
Resor/uppehålle	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	15,0	20,0	20,0	20,0	20,0	200,0
Övrigt	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	15,0	15,0	15,0	15,0	100,0
Konsultarvode VD	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	840,0
Provisioner	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Avskrivningar	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	240,0
Summa kostnader	461,0	544,6	529,6	533,3	621,0	609,5	276,4	392,5	815,0	686,3	731,3	701,3	6 901,7

Rörelseresultat	-16,0	-42,4	75,2	258,8	233,3	257,5	163,4	225,0	77,5	258,8	213,8	243,8	1 948,5
------------------------	--------------	--------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	-------------	--------------	--------------	--------------	----------------

6. Risker

Easyloan är medvetet om att det finns risker förknippade med dess verksamhet. De som är direkt hänförliga till företagets affärsmodell kommenteras nedan.

6.1. Att användarna inte uppskattar tjänsten.

Det allvarligaste hindret skulle vara att låntagarna anser att tjänsten är onödig. Det som talar emot detta är bl a den rikliga förekomsten av webbtjänster inom området, medias bevakning av bolåneräntor och vad man kan tjäna på att byta/förhandla, samt konsumenternas generella beteendeförändringar när det gäller att använda Internet för att jämföra priser på varor och tjänster.

En annan risk är att låntagare är obenägen att lämna ut uppgifter om sin personliga ekonomi. Det som främst talar emot detta är att 36 procent av svenskarna handlade på Internet under 2005, att endast fem procent var oroliga för att lämna ut kreditkortsnummer och att endast fyra procent var ovilliga att lämna ut personliga uppgifter. (Källa: Privatpersoners användning av datorer och Internet 2005, SCB.) De erfarenheter som finns från testverksamheten samt de tre månaderna ”i drift” motsäger också detta.

Ytterligare en risk är att låntagarna inte använder tjänsten för att man inte vill skylla för sin befintliga bank att man funderar på att vara ”otrogen”. Detta elimineras genom möjligheten att göra ett urval.

Slutligen finns en risk att låntagarna inte använder Easyloan för att de är oroliga för att få för många kreditupplysningar tagna, något som i vissa fall kan leda till lägre kreditrating. För att minska denna risk tar Easyloan en förenklad, icke-belastande, kreditupplysning som alla långgivare kan få del av vilket minskar behovet av ytterligare kreditupplysningar. Dessutom lämnar Easyloan personnummer endast till de långgivare varmed avtal har tecknats.

6.2. Att bolånegivarna inte uppskattar tjänsten.

Den främsta risken är att långgivarna inte vill ta emot och/eller behandla de ansökningar som Easyloan förmedlar. Den främsta orsaken till detta skulle vara en ovilja mot att bli jämförd. Vi bedömer att denna risk är störst för de dominerande långgivarna (SEB, Nordea, Handelsbanken), medan det för de s.k. Internet-bankerna (SBAB, IKANO-Banken, m fl) är relativt liten. Vår bedömning är att tillräckligt många långgivare kommer att behandla ansökningarna under förutsättning att de är seriösa och håller en hög kvalitet. Underlåtenhet att göra detta kan leda till både badwill och tappade marknadsandelar. Vår unika ”matchningsmotor” bidrar till att fokus inte enbart sätts på lägsta pris utan att långgivarna har möjlighet att även använda sig av andra konkurrensmedel.

6.3. Att affärsidén blir plagierad

Den främsta risken är att någon annan aktör kopierar Easyloans affärsmodell och har större resurser till sitt förfogande för att lansera denna kopia. Detta kan vi aldrig helt gardera oss emot. Vi vill dock poängtera att det, enligt vad våra efterforskningar visar, inte finns någon motsvarande tjänst, vare sig i Sverige eller i övriga Norden.

Sedan Easyloans koncept blev offentligt har det till del plagierats av Comboloan (se avsnittet om konkurrenter) som idag också tillhandahåller en universell låneansökan. Likaså har konceptet till stora delar kopierats av Lendo, en ny tjänst som förmedlar ansökningar till konsumentlån. Lendos koncept innehåller dock egna delar som gör det ointressant för bolånegivarna, t ex transparant budgivning.

7. Övrig information

Easyloan är ett i Sverige registrerat varumärke.

Easyloan AB äger rättigheterna till följande webbadresser:

- easyloan.se
 - easyloan.dk
 - easyloan.nu
 - easyloan.no
 - easyloan.uk.com
 - easyloan.de.com
 - easyloannorge.com
 - easyloanfinland.com
 - easyloansoumi.com
 - easyloaneurope.com
 - easyloan.eu.com
 - easyloan.no.com
 - easyloan.se.com
 - easyloan.us.com
-

KONFIDENTIELLT