

Trotz Gegenwind auf Kurs

Zwischenbericht zum 31. März 2009

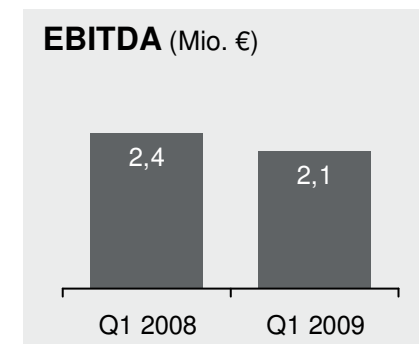
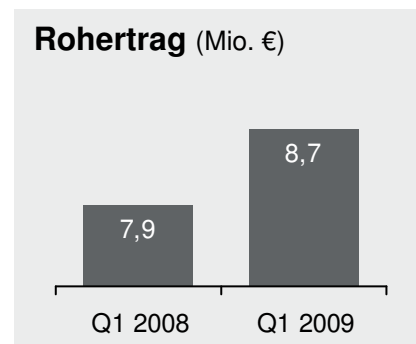
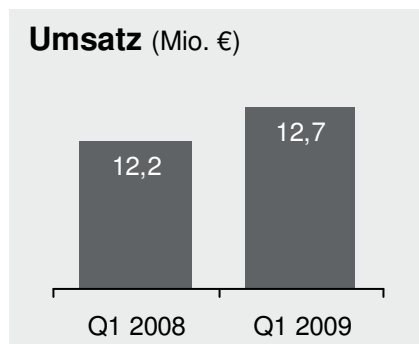


Inhalt

1. **Kennzahlen im Überblick**
2. **Strategie des Hypoport-Konzerns**
3. **Entwicklung der Geschäftsbereiche**
4. **Die Aktie**
5. **Ausblick**

Trotz Marktumfeld leichtes Umsatzwachstum

Kennzahlen des Hypoport-Konzerns zum 31. März 2009

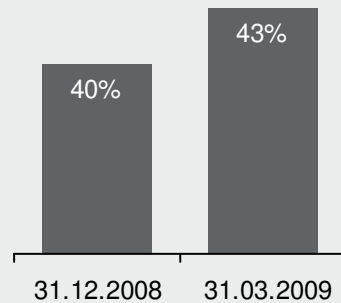


in T€	Q1 2008	Q1 2009	Wachstum
Umsatz	12.210	12.657	4 %
Rohertrag	7.914	8.748	11 %
EBITDA	2.411	2.075	-14 %
EBIT	1.740	1.182	-32 %

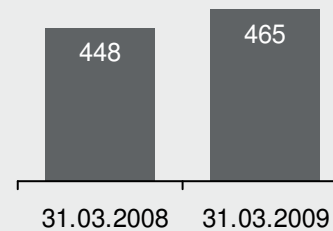
Hypoport zeigt stabile Bilanzentwicklung

Kennzahlen des Hypoport-Konzerns zum 31. März 2009

Eigenkapitalquote



Anzahl der Mitarbeiter (zum 31.03.)



in T€	31.12.2008	31.03.2009
Kurzfristige Vermögenswerte	27.748	24.623
Langfristige Vermögenswerte	29.242	29.276
Eigenkapital	22.910	23.358
Langfristige Schulden	22.952	22.685
Kurzfristige Schulden	11.128	7.856
Bilanzsumme	56.990	53.899
Anzahl der Mitarbeiter (jeweils 31.03.)	448	465

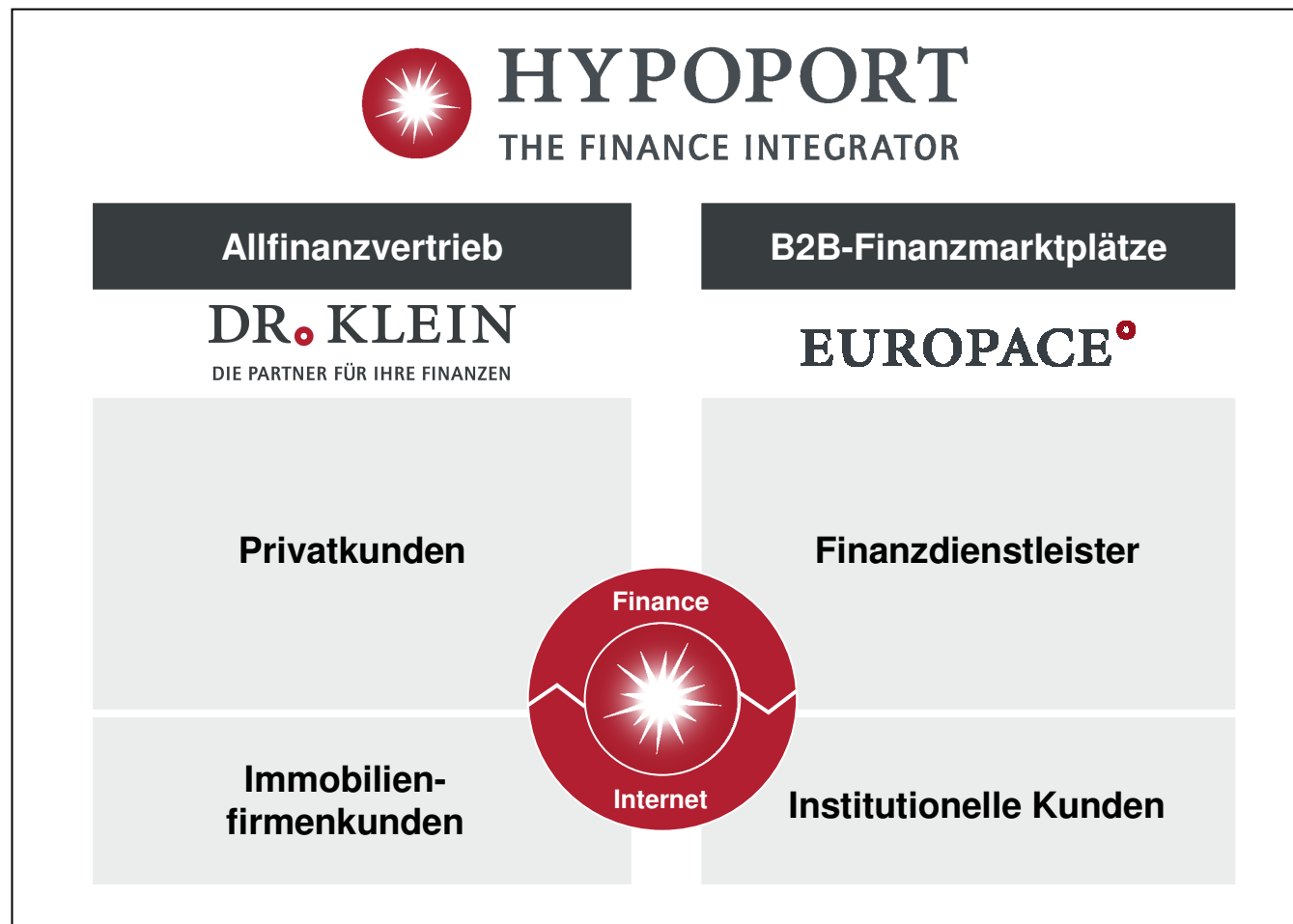


Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick
2. **Strategie des Hypoport-Konzerns**
3. Entwicklung der Geschäftsbereiche
4. Die Aktie
5. Ausblick

Hypoport ist der internetbasierte Finanzdienstleister

Zwei Unternehmensteile, vier Geschäftsbereiche



Dr. Klein ist internetorientierter Finanzdienstleister

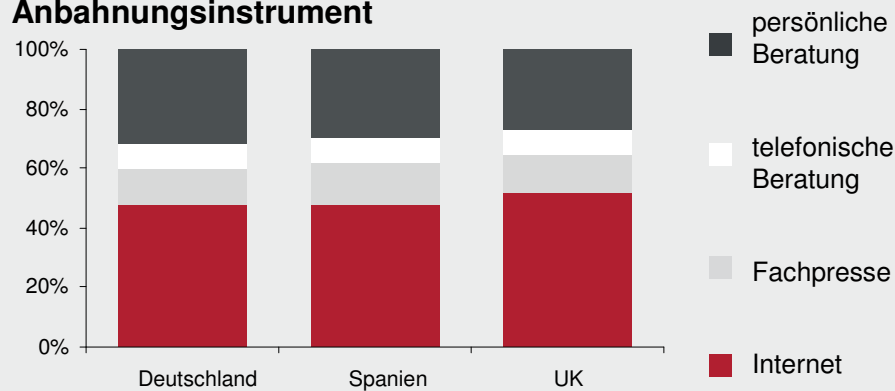
Lead-Bearbeitung und Cross-Channeling Privatkunden bei Dr. Klein



Vom Internet in die Filiale

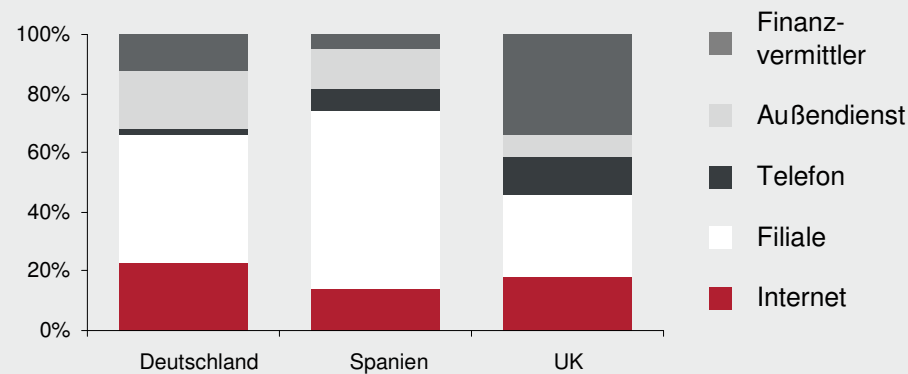
Internetnutzung im Vertrieb von Finanzdienstleistungen am Beispiel der Immobilienfinanzierung

Internet ist die wichtigste Informationsquelle und Anbahnungsinstrument



Quelle: Mercer Oliver Wyman: European Mortgage Distribution, 2007

Abschlüsse erfolgen überwiegend in Filialen



Quelle: Mercer Oliver Wyman: European Mortgage Distribution, 2007

Internet ist wichtigstes Medium zur Gewinnung von Interessenten (Leads)

Für die Wandlung von Leads in Abschlüsse werden weiterhin auch klassische Vertriebskanäle benötigt.

Online-Leadgenerierung ist Basis für weiterhin starkes Wachstum

Vertriebskraft von Dr. Klein

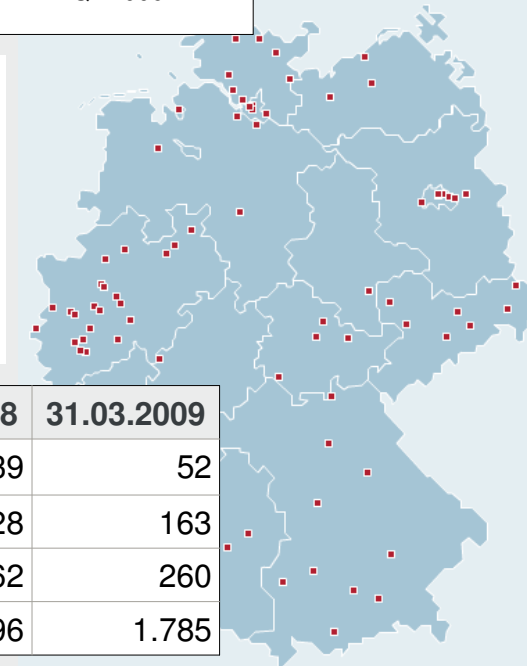
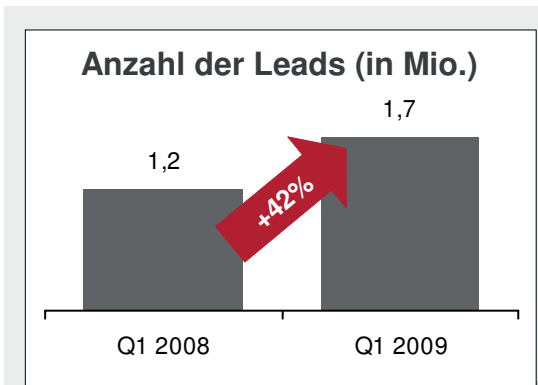


DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN

Suche Anmelden

Finanzierung	Versicherungen	Geldanlage	Firmenkunden
In die eigenen vier Wände mit unserer Top-Baufinanzierung! Anschlussfinanzierung per Forward-Darlehen oder Rafen-kredit zur Autofinanzierung? Hier werden Wünsche wahr!	Krankenversicherung, Riesterrente, BU, Rentenversicherung, Gebäude- & KFZ Versicherung, zur Risiko- und Altersvorsorge. Hier finden Sie alles, um umfassend versichert zu sein.	Hier geht's um Ihr Geld: Festgeld, Tagesgeld, kostenloses Girokonto, Kreditkarten, Edelmetalle, Bausparen, Investmentfonds und geschlossene Fonds.	Dieser Bereich ist exklusiv den Immobilienfirmenkunden vorbehalten. Wir erarbeiten für Sie Strategien in den Bereichen Finanzierungen, Versicherungen sowie Immobilieninvestment.
Alle Finanzierungen <input type="button" value="→"/>	Alle Versicherungen <input type="button" value="→"/>	Alle Geldanlagen <input type="button" value="→"/>	
Ihr Eigenheim... ... sicher mit dem kostenlosen Schutz vor Forderungsverkäufen von Dr. Klein!	Ihre Sicherheit... ... bei der Realisierung Ihrer Träume. Schützen Sie Ihre Familie mit einer Risikolebensversicherung und sichern Sie Ihre finanzielle Existenz!	Ihre Liquidität... ... finden Sie bei einer 100% sicheren Anlageform mit täglicher Verfügbarkeit und 5,10 % Zinsen! Aktuelle Konditionen finden Sie hier im Tagesgeld Vergleich .	Immobilienunternehmen... ...schätzen die Leistungsfähigkeit von Dr. Klein seit über 50 Jahren. Unsere Kernkompetenzen schonen Ihre Ressourcen.
STIFTUNG WARENTEST 1. Platz Forwarddarlehen Im Test: 27 überregionale Anbieter www.finanzttest.de 3/2008	Über Dr. Klein Dr. Klein ist ein internetbasierter Allfinanzdienstleister und eine 100prozentige Tochter der Hypoport AG. Dr. Klein bietet Privatkunden im Internet und auf Wunsch mit telefonischer oder persönlicher Beratung Bank- und Finanzprodukte - vom Girokonto über Versicherungsleistungen bis hin zur Immobilienfinanzierung.	Tagesgeld Vergleich Bank Nom. netbank 5,10% comdirect 5,00%	

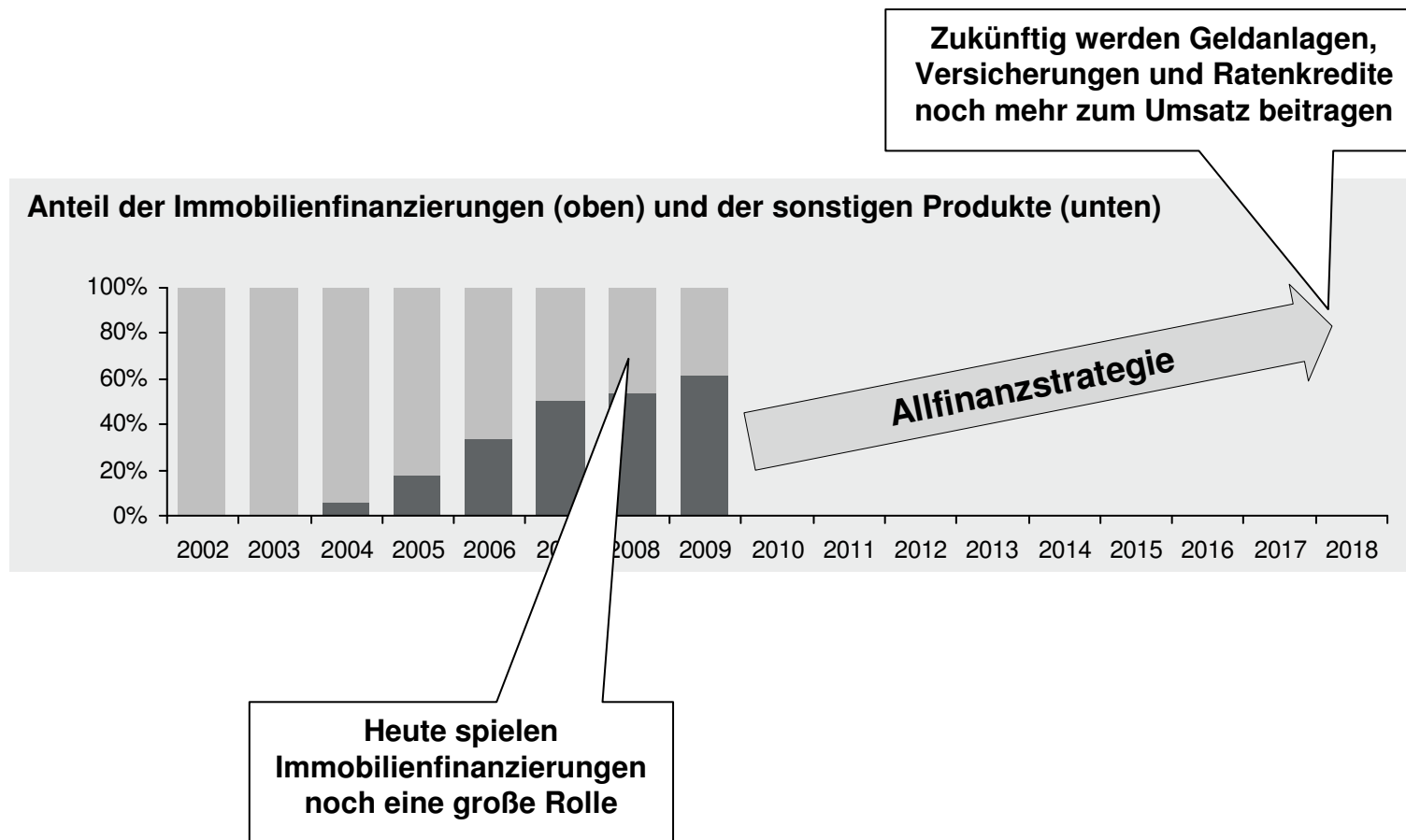
Sitemap | Dr. Klein empfehlen | Über Dr. Klein | Lesezeichen | Impressum



Vertriebskraft	31.03.2008	31.03.2009
Mitarbeiter im Telefonvertrieb	39	52
Anzahl Filialen	128	163
Berater im Filialvertrieb	162	260
Unabhängige Finanzberater im Maklervertrieb	1.396	1.785

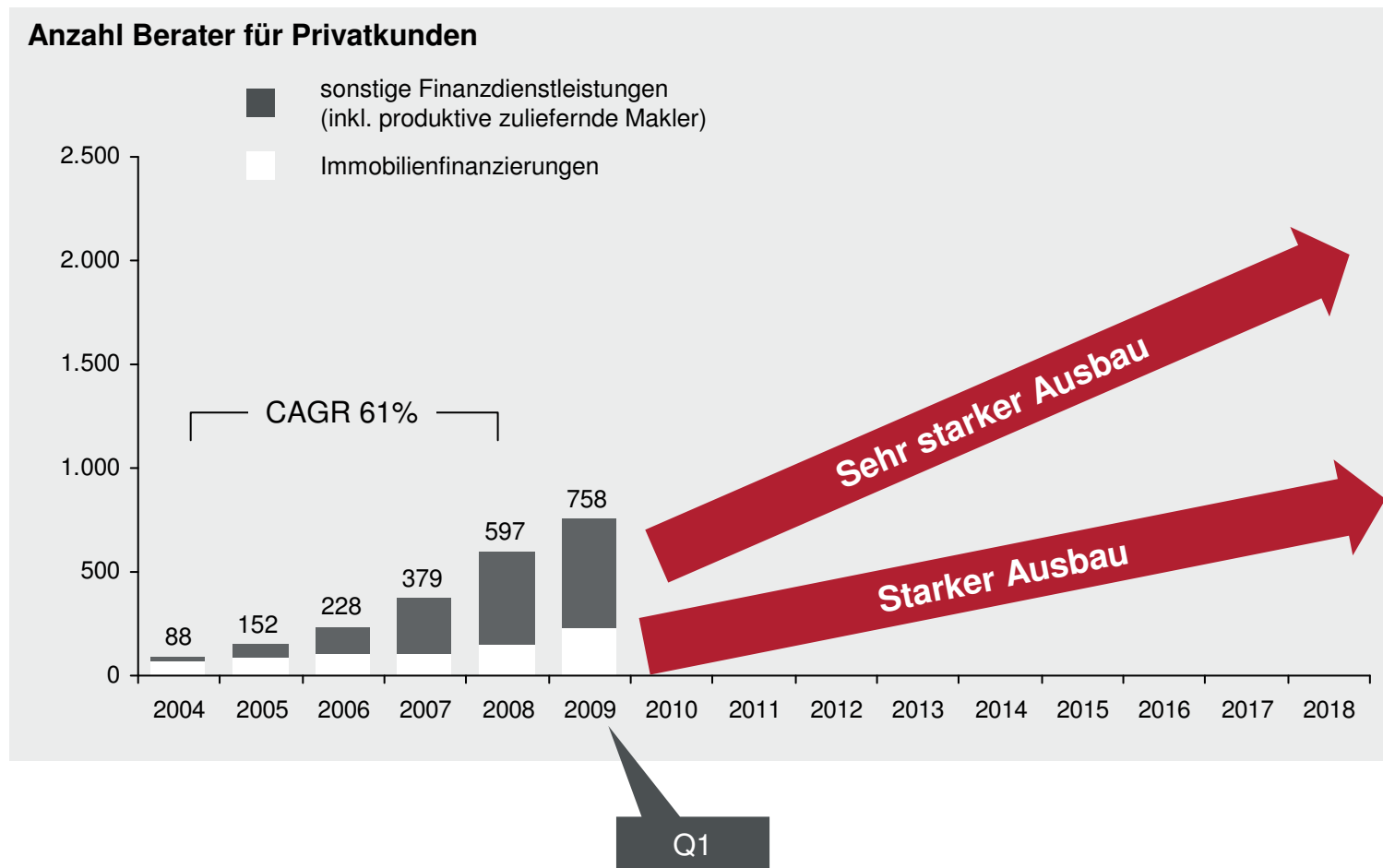
Strategie hin zum Allfinanzvertrieb erfolgreich umgesetzt

Entwicklung der Produktverteilung im Privatkundengeschäft bis zum 31. Dezember 2008 und langfristige Ziele



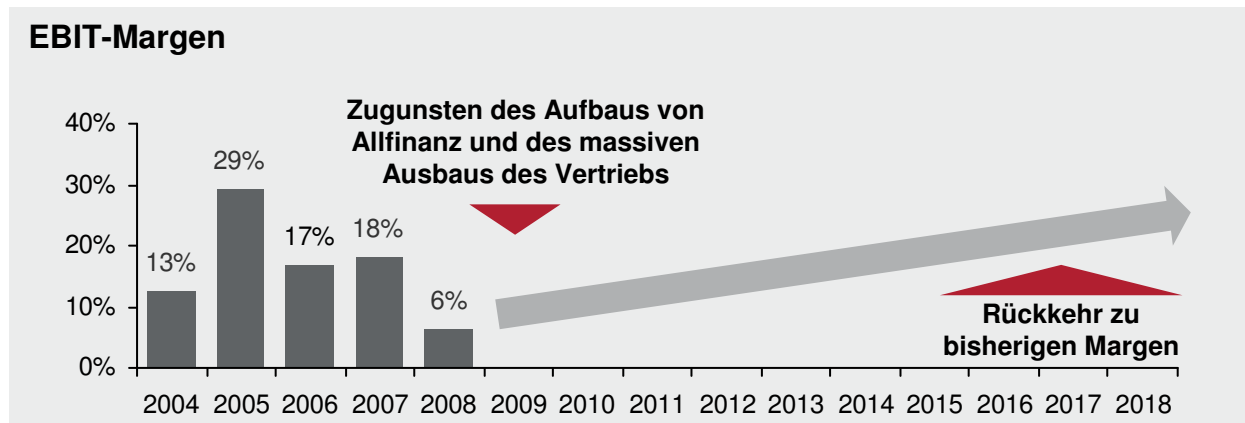
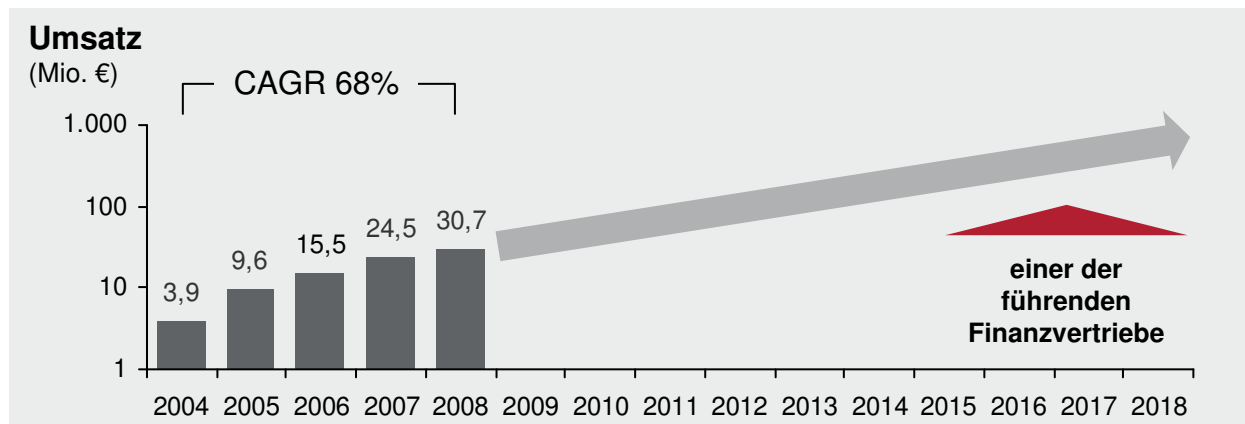
Netz der Franchisefilialen wird derzeit massiv ausgebaut

Entwicklung der Anzahl der Berater für Privatkunden



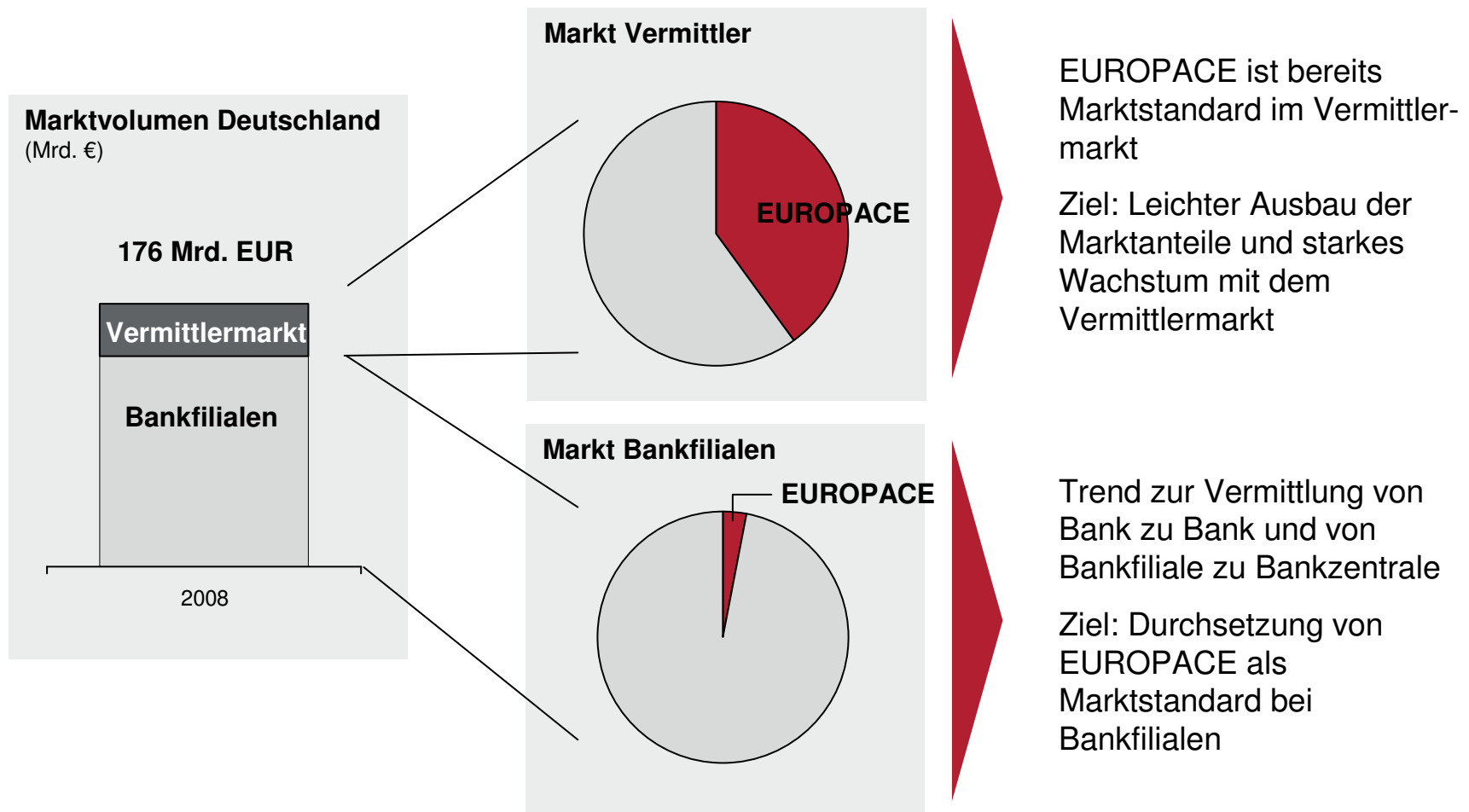
Das Privatkundengeschäft ist und bleibt Wachstumsmotor des Konzerns

Entwicklung des Geschäftsbereichs Privatkunden bis zum 31. Dezember 2008 und langfristige Ziele



Unternehmensziel ist die Etablierung des EUROPACE-Standards in allen Sektoren

Markt für Immobilienfinanzierungen in Deutschland



Langfristig macht EUROPACE jeden erfolgreicher

Wettbewerbsvorteile und Übertragbarkeit in andere Marktsegmente am Beispiel von GENOPACE

Langfristig macht die EUROPACE-Plattformtechnologie alle Nutzer erfolgreicher, da sie

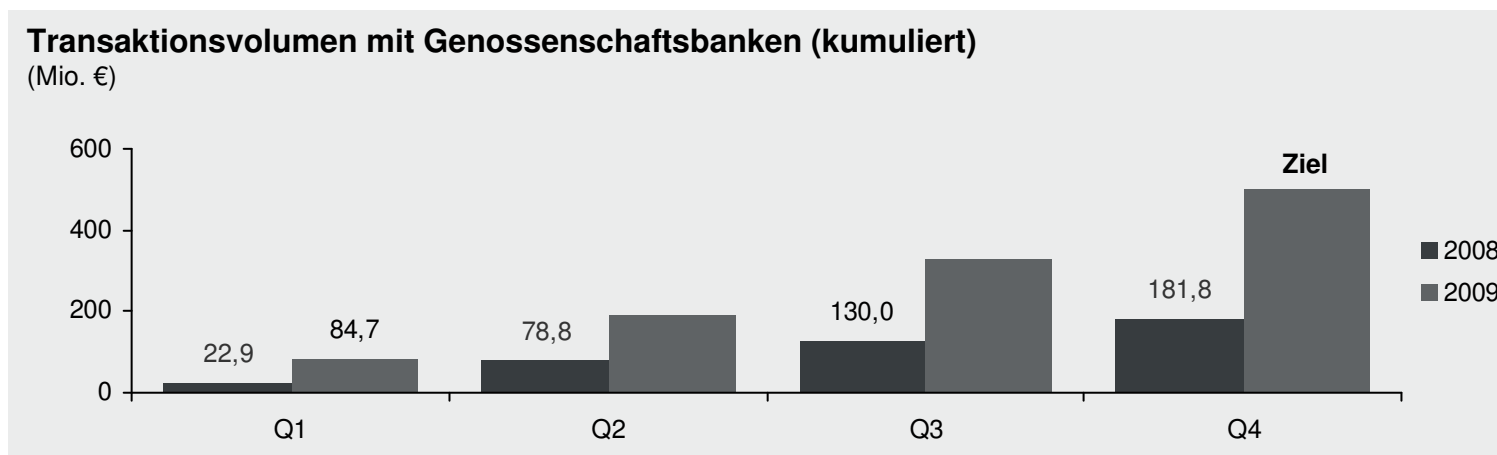
- Vertriebspartner und Produzenten besser integriert
- die zunehmende Komplexität bewältigt
(z. B. Konditionen werden bonitäts- und objektabhängig)

GENOPACE ist 6-8 Jahre später im genossenschaftlichen Sektor gestartet

- Wichtige Produktgeber und zwei Volksbanken als Joint-Venture-Partner

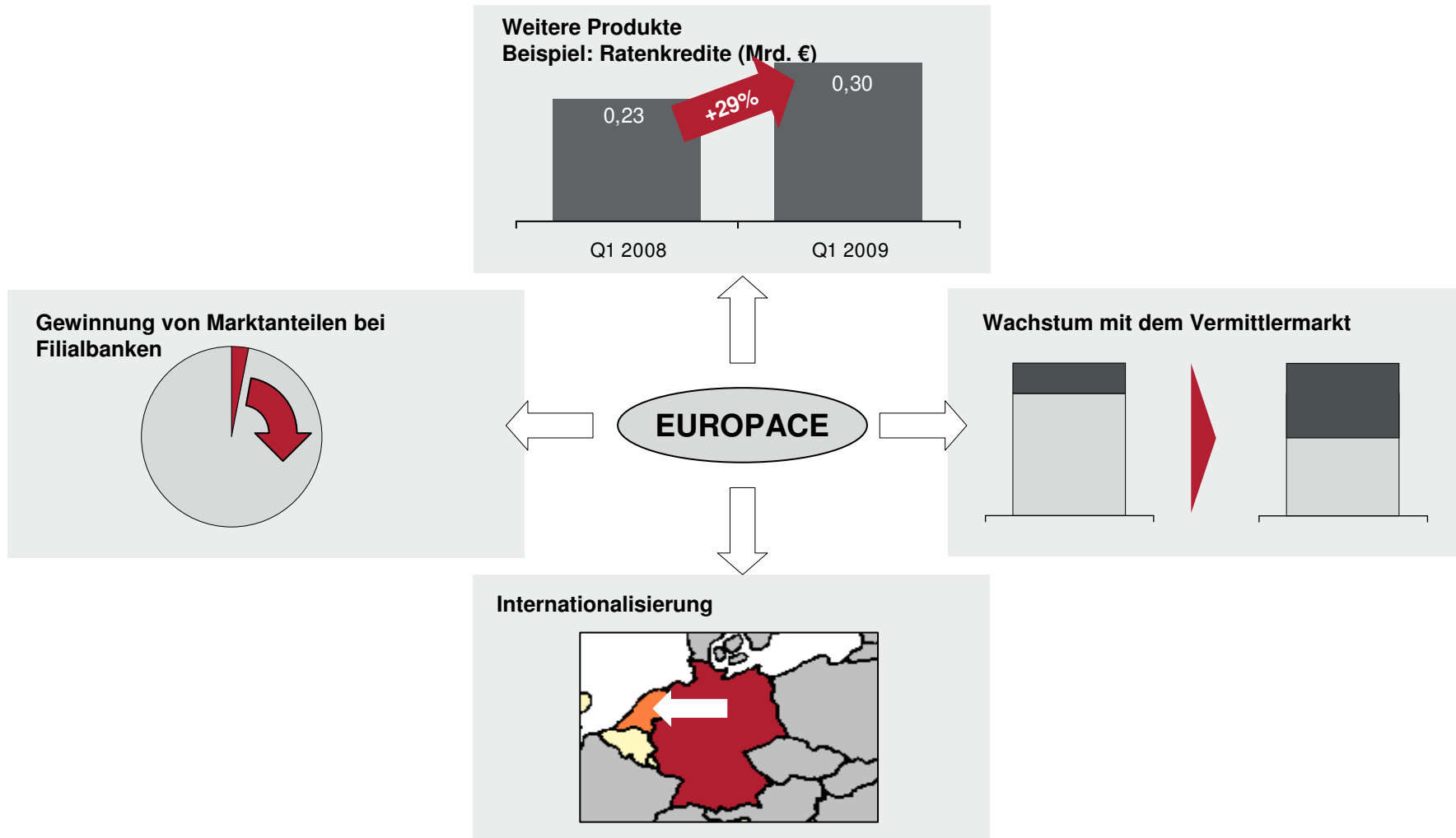
S-HYP wird 2-3 Jahre nach GENOPACE im Sparkassensektor starten

- Organisationseinheit bei Hypoport ist seit 1.6.2008 aktiv
- Erste große Sparkasse hat Nutzungsvertrag unterzeichnet



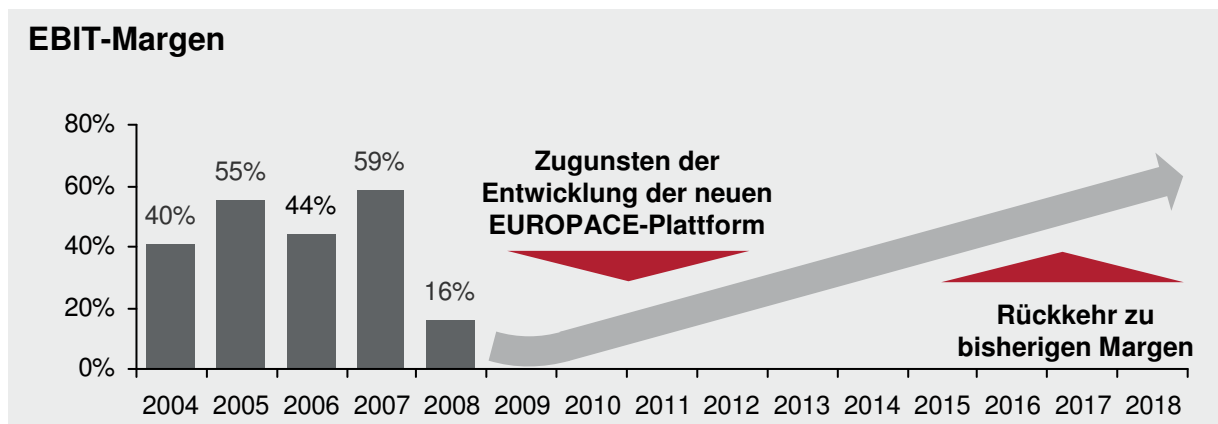
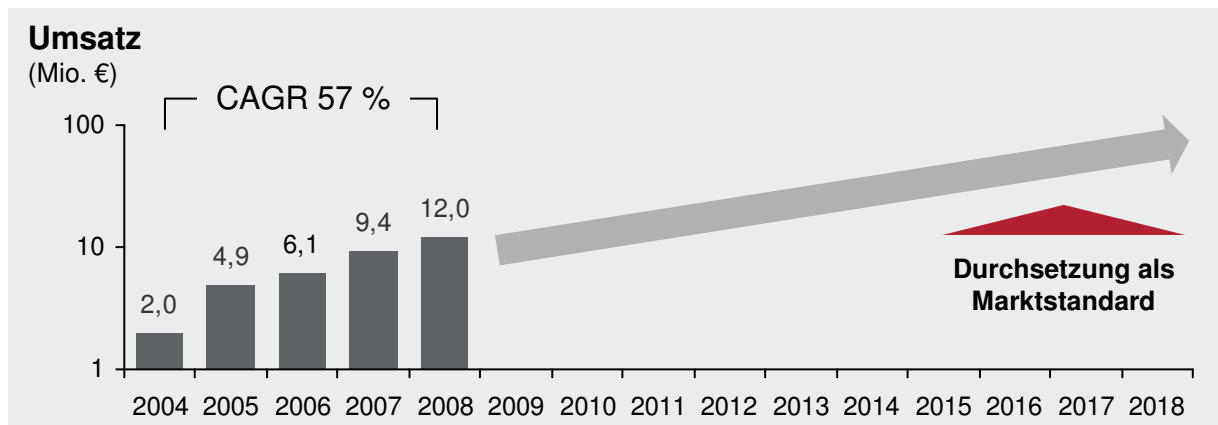
Wachstum in vier Dimensionen

Strategische Entwicklungsrichtungen des EUROPACE-Marktplatzes



Vorbereitung auf weiteren Wachstumsschub beeinflusst vorübergehend Ertrag

Entwicklung des Geschäftsbereichs Finanzdienstleister (EUROPACE-Plattform)



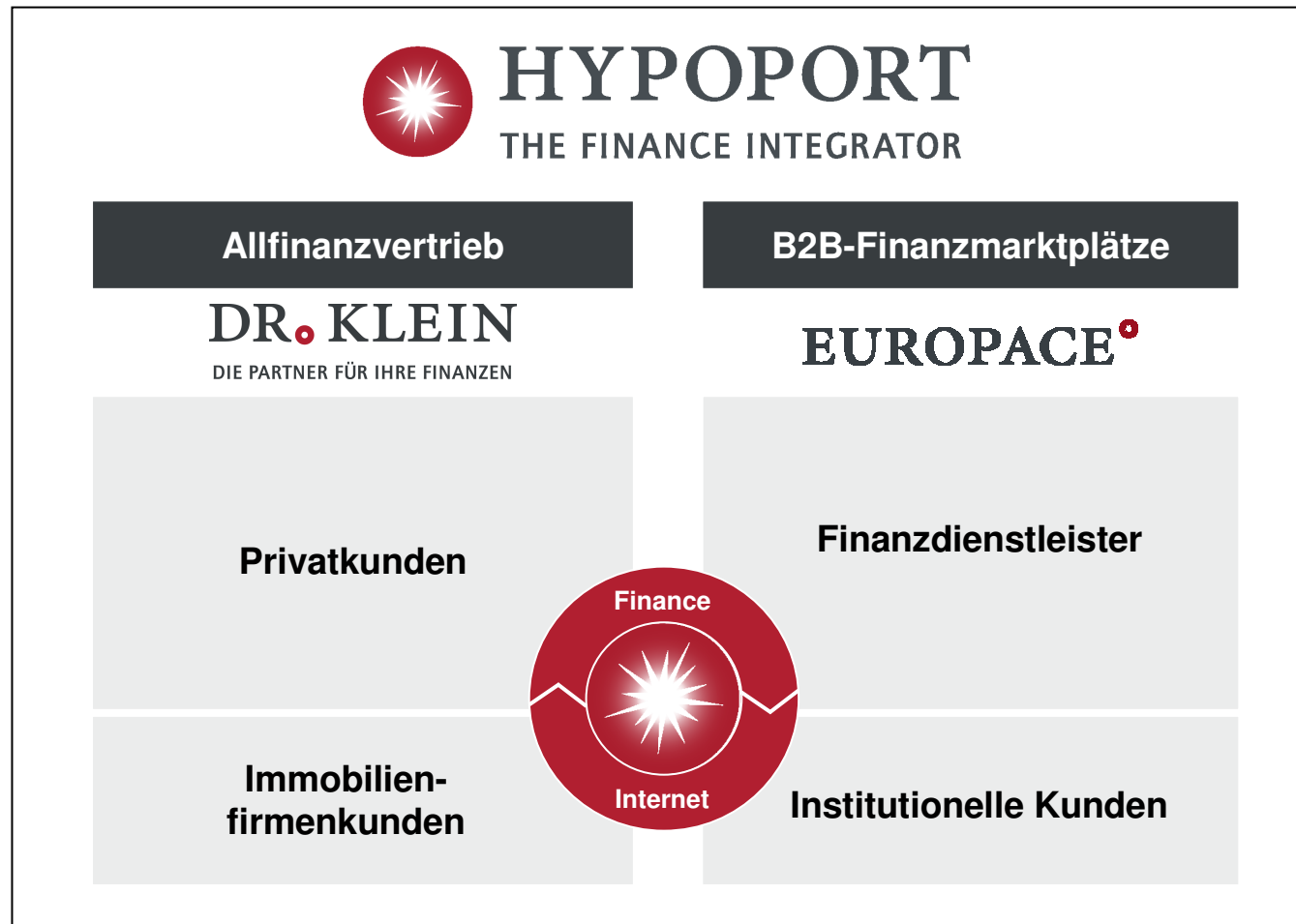


Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick
2. Strategie des Hypoport-Konzerns
3. **Entwicklung der Geschäftsbereiche**
4. Die Aktie
5. Ausblick

Unternehmensteile befruchten sich durch Marktvolumen, Know-how und Technologie

Zwei Unternehmensteile, vier Geschäftsbereiche



Trotz schwierigem Marktumfeld und Aufbau des Beraternetzes stabile Entwicklung

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden

Umsatz

(Mio. €)

- Sonstige Finanzdienstleistungsprodukte
- Immobilienfinanzierung



EBIT

(Mio. €)



Wachstum der „Sonstigen Finanzdienstleistungsprodukte“ setzt sich fort und kompensiert leicht schwächere Nachfrage bei Immobilienfinanzierungen

Stabile Erträge

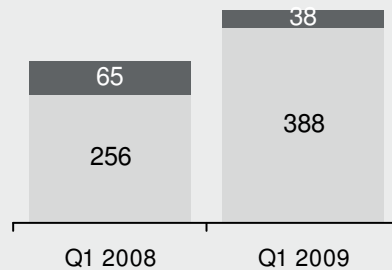
Immobilienfirmenkundenbereich profitiert von Marktberreinigung

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Immobilienfirmenkunden

Vermittlungsvolumen

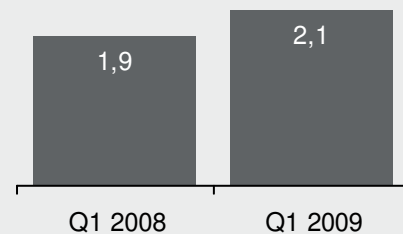
(Mio. €)

- Prolongationen
- Neugeschäft



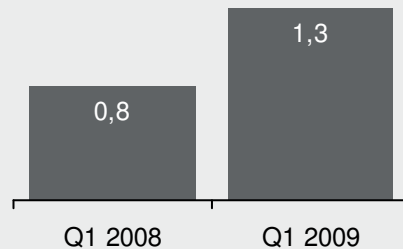
Umsatz

(Mio. €)



EBIT

(Mio. €)



Viele Immobilieninvestoren können sich auf Hausbankbeziehung nicht mehr verlassen

Dr. Klein erhält extrem hohe Nachfrage

Neben Wohnungsunternehmen zunehmend auch weiteres Firmenkundengeschäft

Stark steigende Erträge

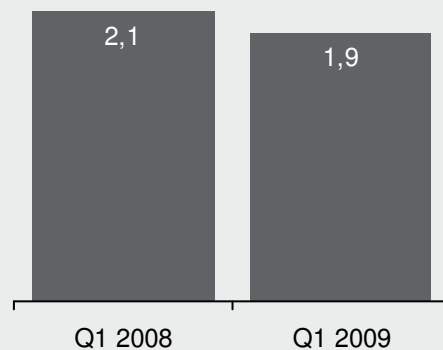
20

Zwischenbericht zum 31. März 2009

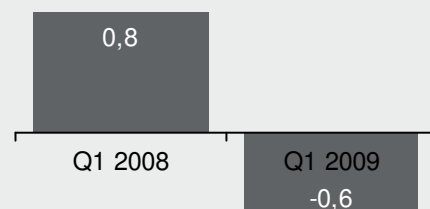
Geschäftsbereich FDL belastet von schwachem Januar und Investitionen

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Finanzdienstleister

Umsatz (Mio. €)



EBIT (Mio. €)



Nicht wettbewerbsfähige Konditionen der EUROPACE-Produktgeber führte zu schwacher Nachfrage zum Jahresanfang

Neue Produktgeber konnten gewonnen werden, sodass März bereits wieder über Vorjahr lag und positives EBIT erwirtschaftet wurde

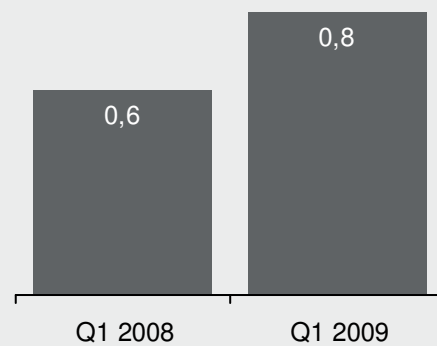
Zusatzerträge aus Projektgeschäft im Vorjahr konnten nicht in gleichem Umfang erzielt werden

Ergebnis belastet durch schwachen Januar sowie Investitionen in die Erschließung neuer Marktsegmente und in die neue EUROPACE-Plattform

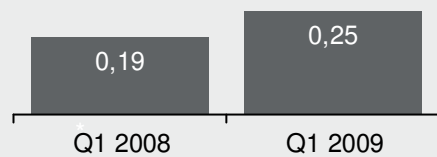
Finanzkrise führt zur starker Nachfrage nach Beratung bei Institutionellen Kunden

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Institutionelle Kunden

Umsatz (Mio. €)



EBIT* (Mio. €)



*aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

Verkauf nicht fortzuführender
Geschäftsfelder ist abgeschlossen

Deutliche Nachfrage nach Dienstleistungen
für Emittenten



Inhalt

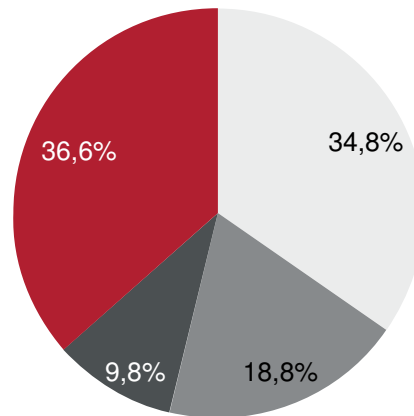
1. Kennzahlen im Überblick
2. Strategie des Hypoport-Konzerns
3. Entwicklung der Geschäftsbereiche
4. **Die Aktie**
5. Ausblick

Aktienkurs steigt stärker als Branchendurchschnitt

Kursverlauf im 1. Quartal und Aktionärsstruktur zum 31. März 2009

Anzahl der Aktien: 6.112.890

- Revenia GmbH (Ronald Slabke, Co-CEO)
- Kretschmar Familienstiftung
- Deutsche Postbank AG
- Streubesitz



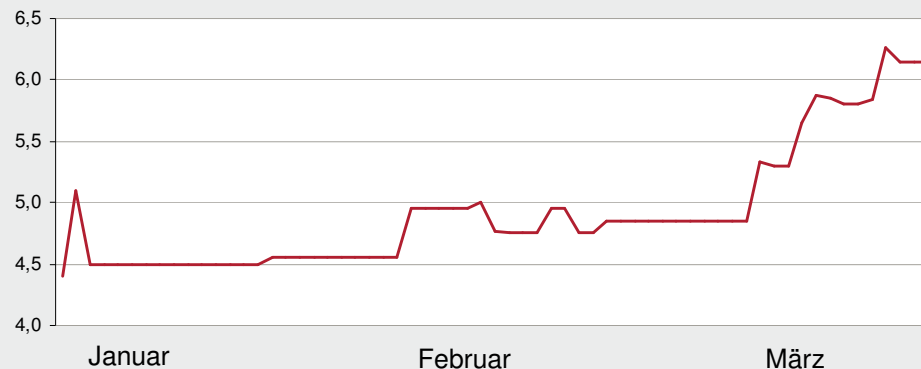
Grunddaten zur Aktie

WKN	549 336
ISIN	DE 000 549 3365
Börsenkürzel	HYQ
Typ	Stückaktien
Rechnerischer Wert	1,00 €
Gezeichnetes Kapital	6.112.890,00 €
Börsenplätze	Frankfurt
	XETRA
Marktsegment	Regulierter Markt
Transparenzlevel	Prime Standard
Indexzugehörigkeit	CDAX
	Classic All Share
	DAXsector All
	Financial Services
	GEX
	Prime All Share

24

Zwischenbericht zum 31. März 2009

— Tagesschlusskurse Börse Frankfurt (1. Januar – 31. März 2009)



Designated Sponsoring

Die Hypoport AG wird von der Landesbank Baden-Württemberg, Stuttgart, betreut.



Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick
2. Strategie des Hypoport-Konzerns
3. Entwicklung der Geschäftsbereiche
4. Die Aktie
5. **Ausblick**

Weiterhin auf Wachstumskurs

Ausblick für 2009

- ▶ Wir werden die Strategie der Marktanteilsgewinnung fortsetzen. Sowohl im Finanzvertrieb als auch beim B2B-Finanzmarktplatz liegen die Schwerpunkte in den Bereichen Kranken- und Sachversicherungen sowie Geldanlagen und Bausparen
- ▶ Wir streben für 2009 einen überproportionalen Ausbau vom Filial- und Maklervertrieb an, um die regionale Präsenz von Dr. Klein deutlich zu erhöhen.
- ▶ Wir erwarten für 2009 eine zweistellige Steigerung des Umsatzes und einen Ertrag auf dem Niveau des Vorjahres.
- ▶ Nach Überwindung der Finanz- und Wirtschaftskrise rechnen wir mit einer Rückkehr zu hohen EBIT-Margen bei dann deutlich ausgeweitetem Marktanteil.