

# **Hypoport startet erfolgreich ins neue Jahr**

**Zahlen zum ersten Quartal 2014**

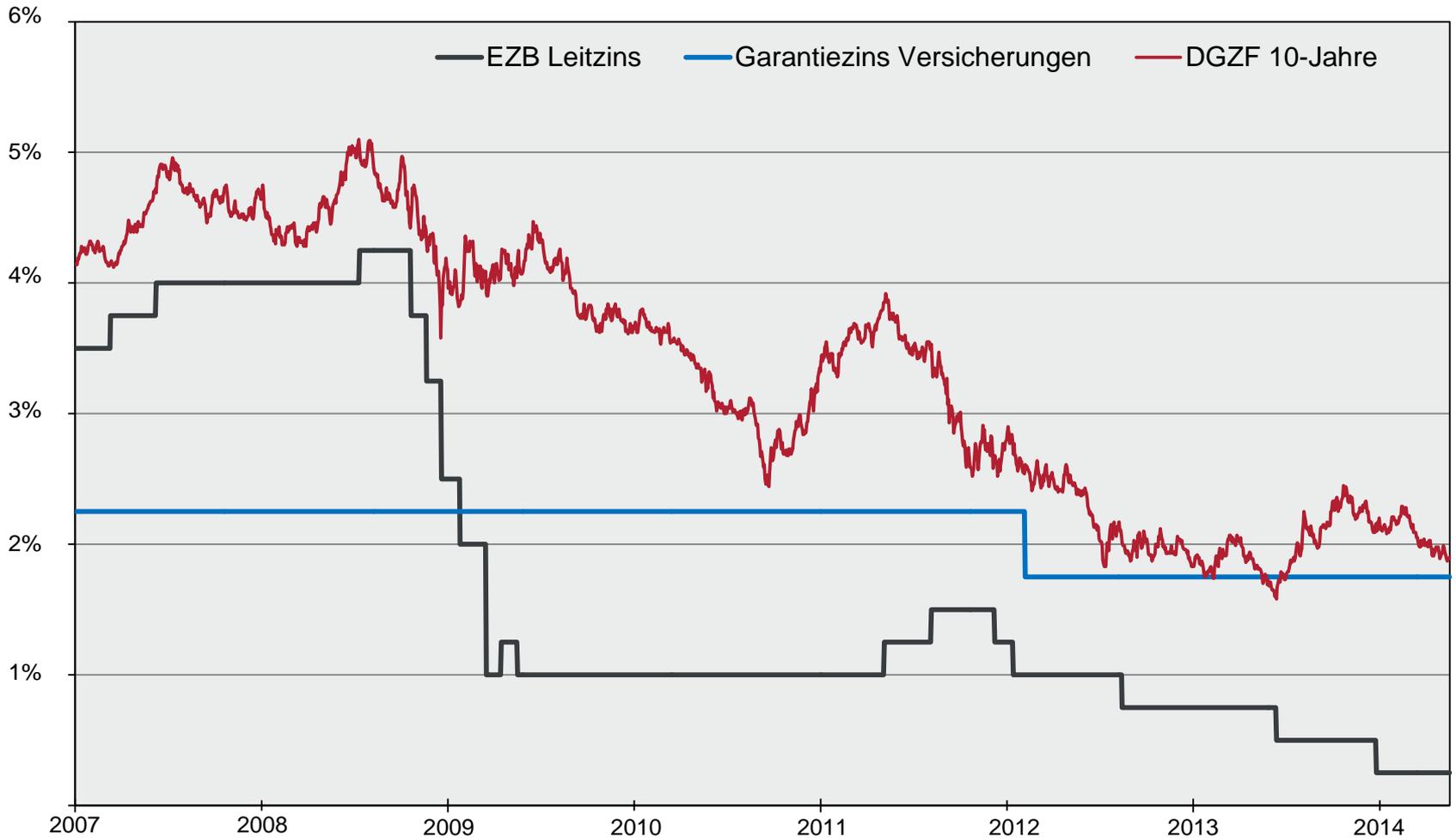


## Inhalt

1. **Marktumfeld**
2. **Entwicklung der Geschäftsbereiche**
3. **Kennzahlen im Überblick**
4. **Die Aktie**
5. **Ausblick**

## Zinsen starten mit weiterhin niedrigen Werten ins neue Jahr

Zinsentwicklung wichtiger Teilsegmente seit 2007



## Auswirkungen des Marktumfeldes auf die Hypoport Geschäftsbereiche

Entwicklung des Marktumfeldes für die relevanten Finanzdienstleistungsprodukte





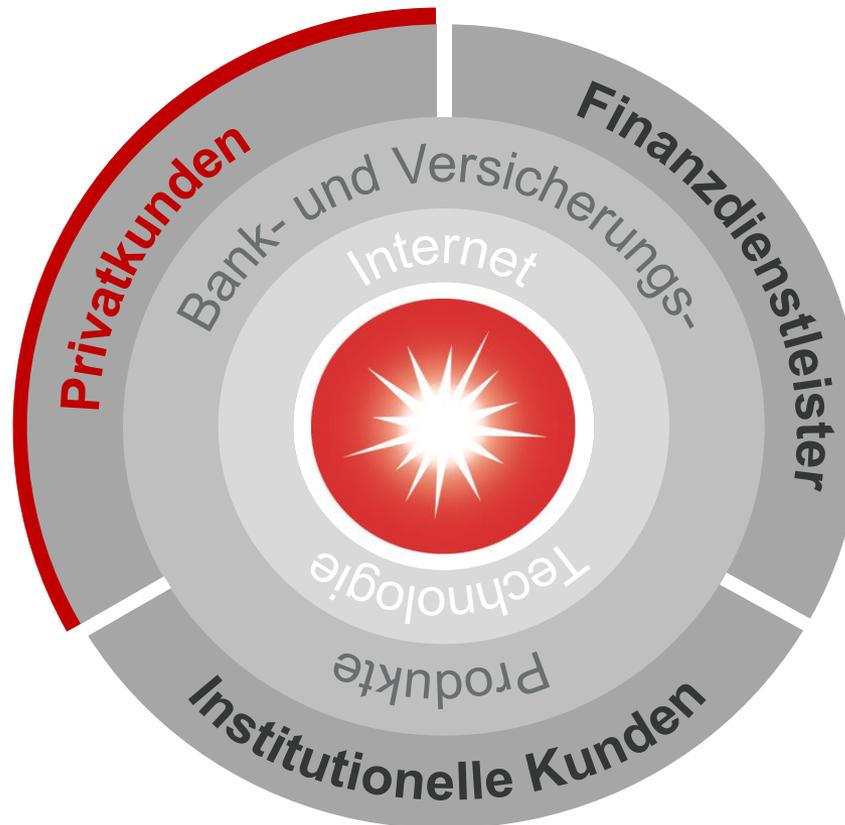
## Inhalt

1. Marktumfeld
  2. **Entwicklung der Geschäftsbereiche**
  3. Kennzahlen im Überblick
  4. Die Aktie
  5. Ausblick
- 

## Vorstellung der Segmentergebnisse

Geschäftsbereich Privatkunden

**DR. KLEIN**  
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



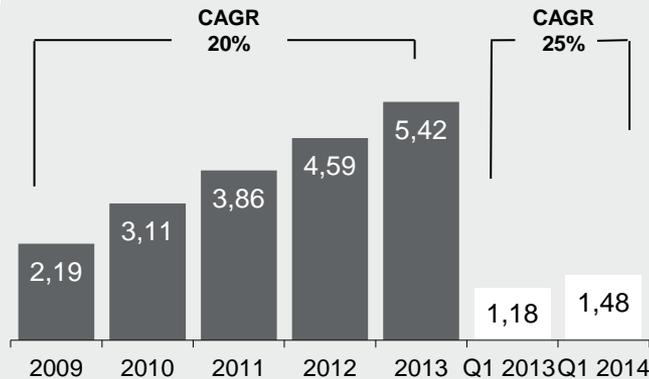
 **EUROPACE**

## Früher Frühling kurbelte das Transaktionsvolumen Finanzierungen an

Kennzahlen des Produktsegments Finanzierung des Geschäftsbereichs Privatkunden im Vergleich mit Bundesbankzahlen

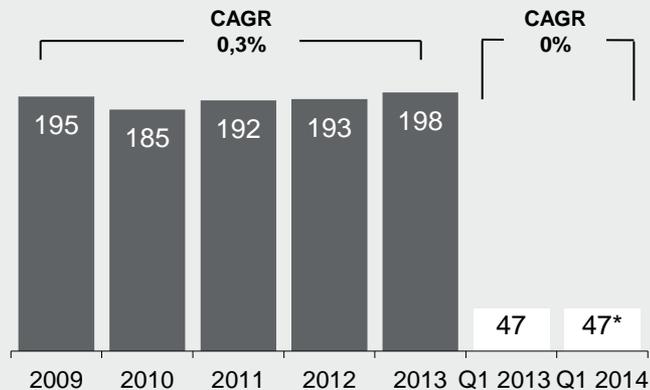
### Transaktionsvolumen Finanzierungen

(Mrd. €)



### Entwicklung des Baufinanzierungsneugeschäfts

(Mrd. €)



Quelle: Bundesbank (\*März geschätzt)

Steigerung des Transaktionsvolumens in der Immobilienfinanzierung um 25 Prozent bei weiterhin stabilem Marktvolumen.

Anstieg im Transaktionsvolumen Bausparen um 43 Prozent.

Mildes Winterwetter führte zu hohem Immobilieninteresse, die sich aber noch nicht in den Bundesbankzahlen widerspiegeln.

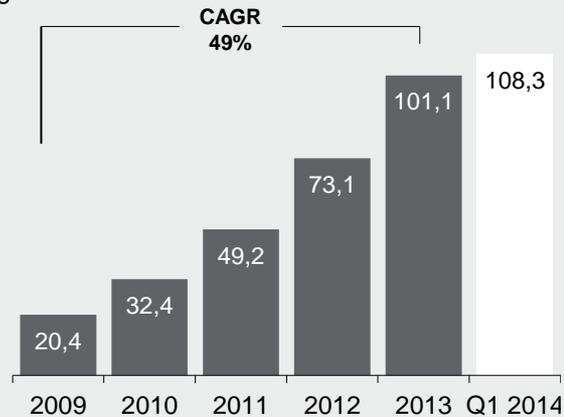
Das Transaktionsvolumen Ratenkredite erhöhte sich im wettbewerbsintensiven Marktumfeld um 21 Prozent gegenüber dem ersten Quartal 2013.

## Versicherungsneugeschäft unterliegt weiterhin hoher Unsicherheit

Kennzahlen des Produktsegments Versicherungen des Geschäftsbereichs Privatkunden

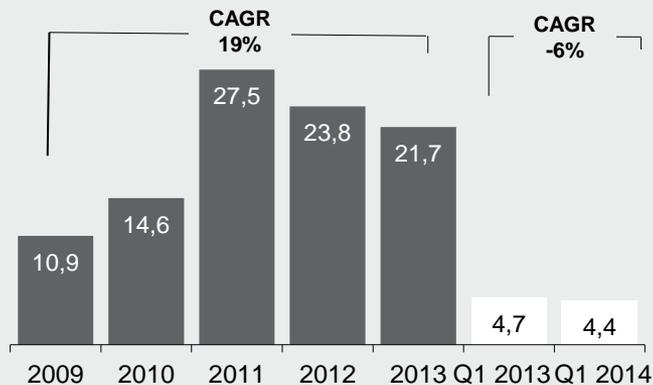
### Versicherungsbestand: Jahresprämien in Mio. €

Stichtag 31.03.



### Transaktionsvolumen Versicherungen

(Mio. €)



Der verwaltete Versicherungsbestand erhöhte sich im ersten Quartal 2014 um 7 Prozent gegenüber dem Vorquartal.

Im Versicherungsneugeschäft war das Transaktionsvolumen mit minus 6 Prozent leicht rückläufig. Die Gründe hierfür liegen weiterhin in der verminderten Attraktivität privater Krankenversicherungen und Lebensversicherungen.

Das Neugeschäft der privaten Krankenversicherungen sank um 17 Prozent und jenes der Lebensversicherungen um 12 Prozent. Das Neugeschäft im Bereich der Sachversicherungen erhöhte sich indes um 11 Prozent.

Obwohl im ersten Quartal keine neuen Regulierungen initiiert wurden, unterliegt die Branche weiterhin einer hohen Unsicherheit bezüglich gesetzlichen Neuerungen aus Berlin und Brüssel.

## Sinkende Abhängigkeit von einfachen Geldanlageprodukten wird langsam sichtbar

Kennzahlen des Produktsegments „Einfache Bank- und Versicherungsprodukte“ des Geschäftsbereichs Privatkunden



Rückgang der Leadanzahl um 23 Prozent auf 0,9 Mio (yoy)

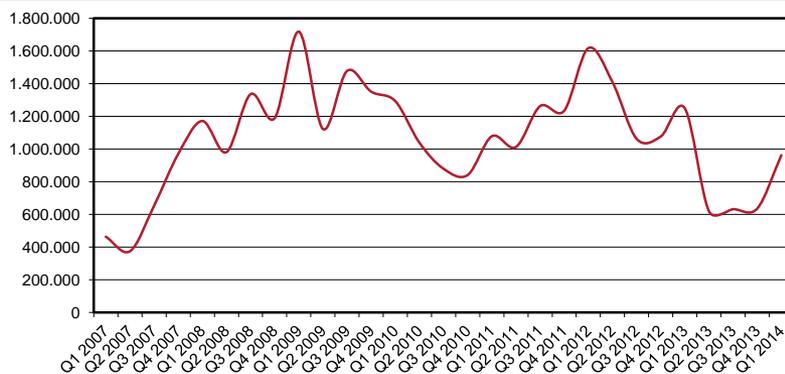
Schwaches Geschäft bei einfachen Geldanlageprodukten (wie z. B. Tagesgeldkonten), da durch die EZB-Politik des „billigen Geldes“ die Anbieterseite weniger Bedarf an Kundeneinlagen hat.

Steigende Onlinevertriebskosten aufgrund des schwachen Marktumfeldes und des intensiver werdenden Wettbewerbsumfeldes.

Kostenintensiver Abbau der Abhängigkeit von einfachen Geldanlageprodukten durch den Ausbau von Geschäftsmodellen in weiteren Produktbereichen kommt voran.

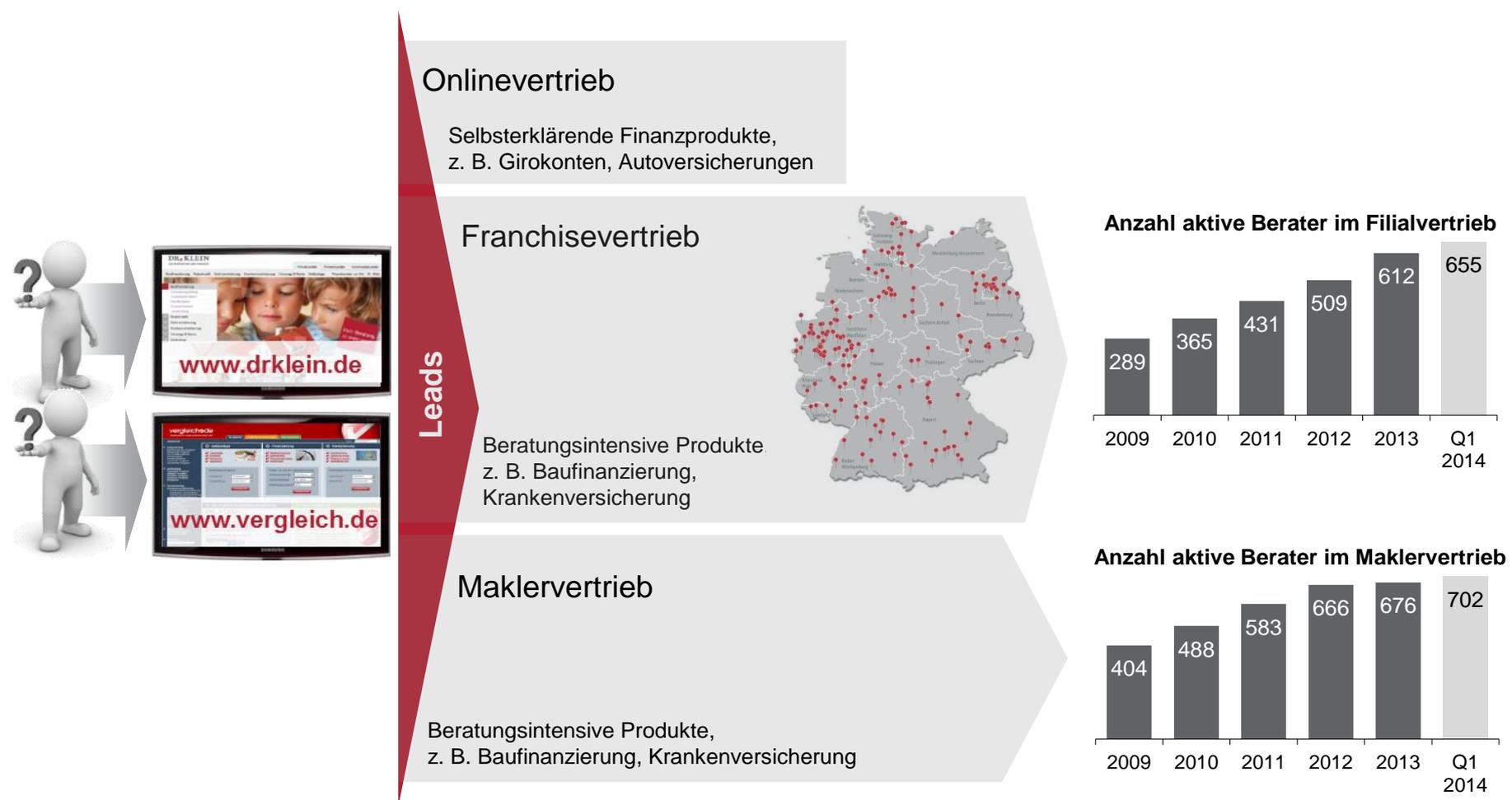
Weiterhin hoher Wettbewerb im Markt für Ratenkredite.

### Onlinevertrieb: Anzahl Leads pro Quartal



# Das beste aus zwei Welten: Online Kundengewinnung und Offline Beratung.

Leadgenerierung, Cross-channelling und Berater-Wachstum im Geschäftsbereich Privatkunden



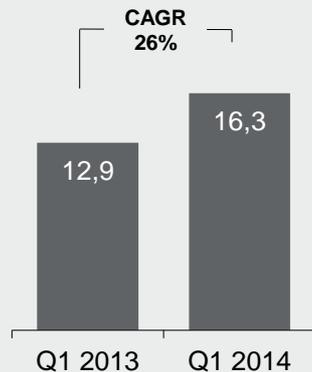
€ Lead Gebühr

€ Provision

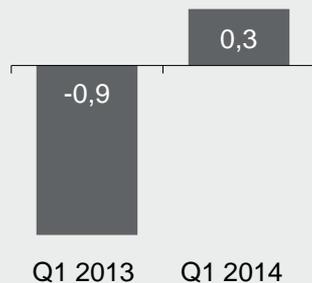
## Geschäftsbereich profitiert von frühem Frühling und Sanierung im Versicherungsbereich

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden

### Umsatz (Mio. €)



### EBIT (Mio. €)



Hohe Nachfrage nach Finanzierungsprodukten wirkt sich positiv auf Geschäftszahlen aus.

Die Sanierung des Versicherungsbereichs zeigt erste Früchte. Schwaches Neugeschäft in den Personenversicherungen kann noch nicht durch die Entwicklung im Bereich der Sachversicherungen und durch das Bestandswachstum abgedeckt werden.

Intensiver Wettbewerb im Markt für Ratenkredite drückt die Margen.

Einfache Geldanlageprodukte sind wegen des Niedrigzinsniveaus weiterhin unattraktiv.

Die auf Quartalsebene erreichte Gewinnzone wird auch auf Jahressicht erwartet.

## Vorstellung der Segmentergebnisse

Geschäftsbereich Finanzdienstleister

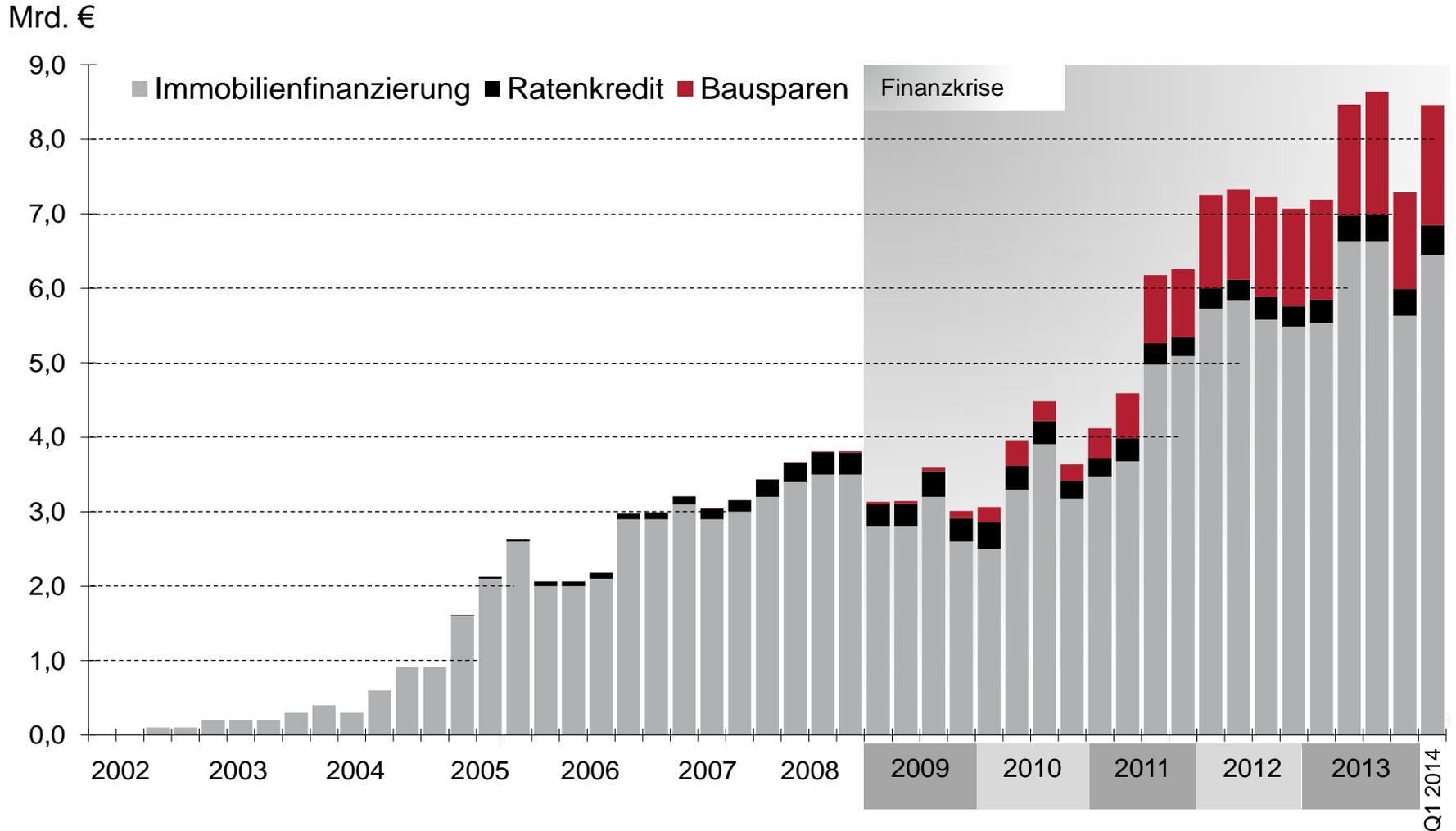
**DR. KLEIN**  
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



 **EUROPACE**

# Mit Plus 18 Prozent und zum 3. Mal über 8 Mrd. Euro Transaktionsvolumen pro Quartal

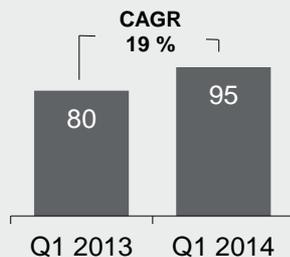
Transaktionsvolumen des EUROPACE-Marktplatzes



## GENOPACE - Marktplatz für die genossenschaftliche Finanzgruppe

Stetiger Ausbau der Unterstützung für Partner

### Vertragspartner



Start: Q II / 2008

Kumuliertes Transaktionsvolumen überschreitet die Marke von 3 Mrd. Euro.

GENOPACE Partnerbanken machen über 20 Prozent der saldierten Bilanzsummen aller Volks- und Raiffeisenbanken aus.

12 der Top25 Volks- und Raiffeisenbanken sind Vertragspartner von GENOPACE.

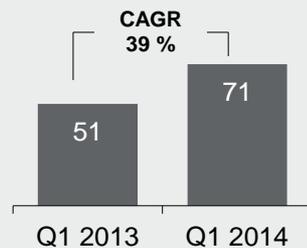
Weiterhin hohe Investitionen und langer Saleszyklus bei Gewinnung neuer Partner sowie Intensivierung der Nutzung bei bestehenden Partnern.

Erfolgreiche Unterstützung der Partnerbanken bei deren B2C-Aktivitäten Angebote wie Rechner für Webseiten, Leadgenerierung etc.

## FINMAS – Finanzmarktplatz für Sparkassen

Beschleunigtes Wachstum des Transaktionsvolumens

Vertragspartner



Start: Q IV / 2009

Transaktionsvolumen erstmals über 100 Mio. Euro pro Monat.

12 der Top25 Sparkassen sind Vertragspartner von FINMAS.

Der durch Basel III ausgelöste Veränderungsdruck lässt Attraktivität einer flexiblen Marktplatzzlösung bei immer mehr Sparkassen deutlich ansteigen.

Nutzung der Vertriebsmöglichkeiten von FINMAS rückt für Sparkassen zunehmend in den Fokus.

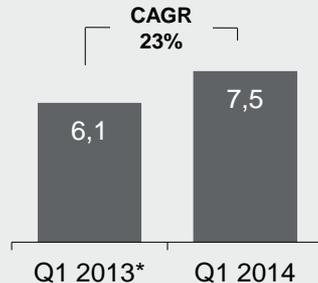
Mehrere Projekte zur Gewinnung von Partnern in neuen Regionalverbänden.

Zunehmendes Interesse bei mehreren Landesbausparkassen.

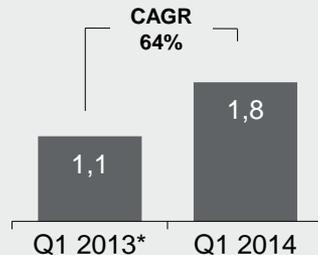
## Attraktive Plattformfunktionalitäten binden bestehende Partner und ziehen neue an

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Finanzdienstleister

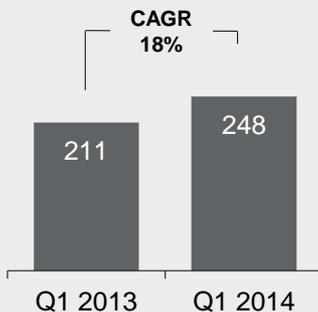
### Umsatz (Mio. €)



### EBIT (Mio. €)



### Anzahl der Vertragspartner



\* Vorjahreswerte angepasst

Solider Jahresauftakt gegenüber dem Vorquartal. Starkes Wachstum des Transaktionsvolumens führt zu deutlichem Anstieg der Ertragszahlen.

Konsequente inhaltliche Erweiterung der Plattformfunktionalitäten stärkt Integrationstiefe der Partner.

Durch die Kooperation mit der Commerzbank sind nun alle relevanten Großbanken Deutschlands mit ihrem Produktangebot auf dem Marktplatz EUROPACE vertreten.

Erste Vertriebe beginnen Geschäft auf die neue Benutzeroberfläche zu verlagern.

## Vorstellung der Segmentergebnisse

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden

**DR. KLEIN**  
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



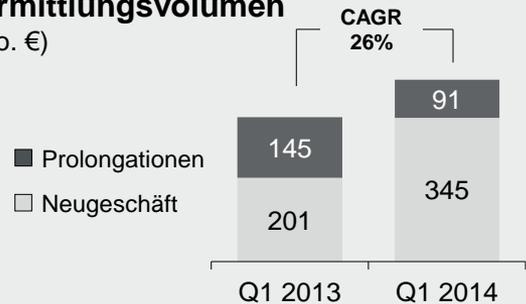
 **EUROPACE**

## Guter Geschäftsverlauf im ersten Quartal

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Institutionelle Kunden

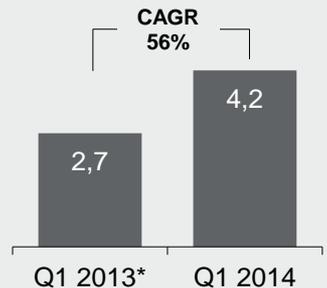
### Vermittlungsvolumen

(Mio. €)



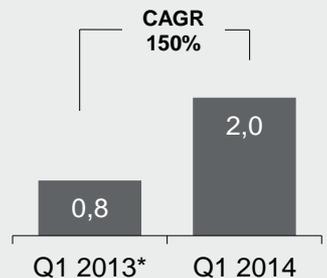
### Umsatz

(Mio. €)



### EBIT

(Mio. €)



\* Vorjahreswerte angepasst

Insgesamt guter Geschäftsverlauf bei Finanzierung im Rahmen der normalen Volatilität.

Im Vorjahr in die Wege geleitete Big Deals konnten abgeschlossen werden. Weiterhin hohe Kundenstreuung im Tagesgeschäft. Innovative Finanzierungsmodelle sichern ein Alleinstellungsmerkmal und gute Margen.

Versicherungssparte wiederum mit starkem Zuwachs. Consulting für Immobilieninvestoren und Emittenten hat guten Geschäftsverlauf über Vorjahresniveau.

Aufbau neuer Produktbereiche (u.a. Immobilienvermittlung) erhöht Kostenniveau.



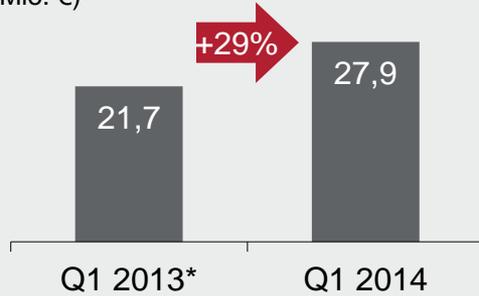
## Inhalt

1. Marktumfeld
2. Entwicklung der Geschäftsbereiche
3. **Kennzahlen im Überblick**
4. Die Aktie
5. Ausblick

## Deutliches Wachstum in Umsatz und Ertrag

Kennzahlen des Hypoport-Konzerns zum 31. März 2014 im Überblick

**Umsatz**  
(Mio. €)



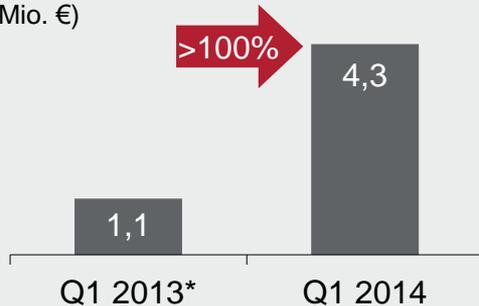
**Eigenkapital**  
(Mio. €)



**Anzahl der Mitarbeiter**  
(ø)



**EBITDA**  
(Mio. €)



**EBIT**  
(Mio. €)



**Konzernergebnis**  
(Mio. €)



\* Vorjahreswerte angepasst



## Inhalt

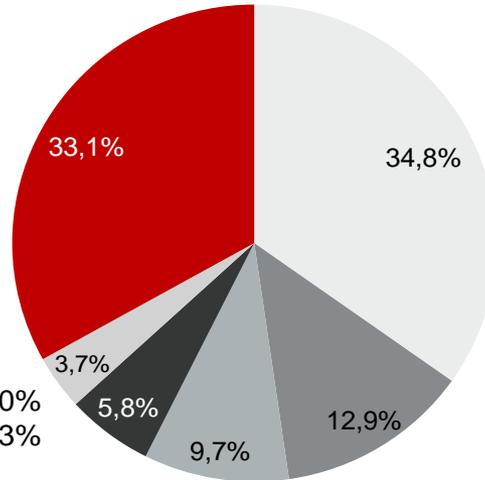
1. Marktumfeld
  2. Entwicklung der Geschäftsbereiche
  3. Kennzahlen im Überblick
  4. **Die Aktie**
  5. Ausblick
- 

## Handelsvolumen und Aktienkurs weiter auf niedrigem Niveau

Kursverlauf 2014 und Aktionärsstruktur zum 31. März 2014

Anzahl der Aktien: 6.194.958

- Revenia GmbH (Ronald Slabke, CEO) 34,8%
- Kretschmar Familienstiftung 12,9%
- Deutsche Postbank AG 9,7%
- Sparta AG 5,8%
- Deutsche Balaton AG 3,7%
- Streubesitz
  - Stephan Gawarecki: 3,0%
  - Hans Peter Trampe: 2,3%
  - weitere Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder: 2,7%
  - weitere Aktionäre: 25,1%



### Grunddaten zur Aktie

ISIN	DE 000 549 3365
Börsenkürzel	HYQ
Marktsegment	Regulierter Markt
Transparenzlevel	Prime Standard

### Designated Sponsor

Close Brother Seydler Bank AG

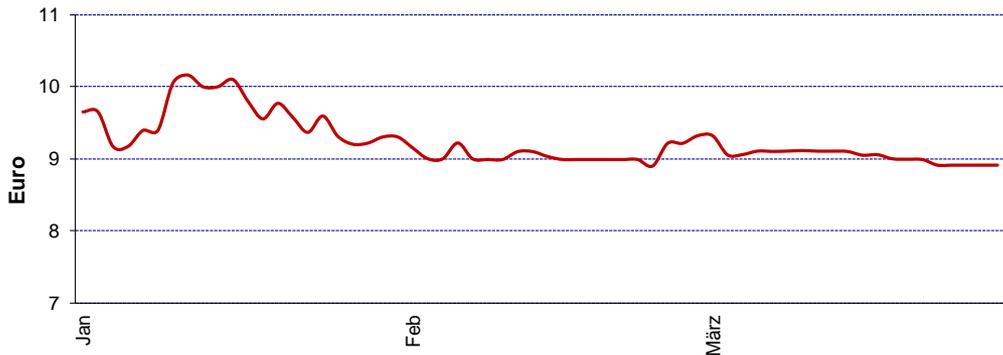
### Ad-Hoc Mitteilung

14.02.2014 Hypoport wächst weiter zweistellig.

### Research in Q1 2014

Analysten	Empfehlung	Kursziel	Datum
Montega	Kaufen	12,00 €	05.11.2013
CBS Research	Kaufen	13,00 €	04.11.2013
Montega	Kaufen	10,50 €	06.08.2013
CBS Research	Kaufen	11,00 €	05.08.2013

Kursentwicklung der Hypoport-Aktie 2014  
(Tagesschlusskurse, Börse Frankfurt)





## Inhalt

1. Marktumfeld
  2. Entwicklung der Geschäftsbereiche
  3. Kennzahlen im Überblick
  4. Die Aktie
  5. **Ausblick**
- 

## Profitables Wachstum

Ausblick für 2014ff

Wir setzen die Strategie der Gewinnung weiterer Marktanteile in allen Geschäftsbereichen konsequent fort. Gleichzeitig nutzen wir die erreichten Positionen verstärkt für die Verbesserung unserer Profitabilität.

Beim B2B-Finanzmarktplatz steht die weitere Steigerung der Durchdringung von Marktsegmenten im Fokus. Zudem soll durch die Ausweitung der Produkt- und Dienstleistungspalette die Integrationstiefe der Kunden weiter erhöht werden.

Im Privatkundenbereich streben wir eine Sanierung des Versicherungsgeschäftes, einen starken Ausbau des Finanzierungsgeschäftes und eine systematische Verbesserung unserer Margenstruktur an.

Der Geschäftsbereich Institutionelle Kunden wird sein nachhaltiges Wachstum durch Nutzung der Innovationsführerschaft in der Branche und eine Ausweitung der Produktpalette weiter fortsetzen.

**Für 2014 erwarten wir ein zweistelliges Umsatzwachstum und ein Ertrag über dem Niveau der Rekordjahre 2010/2011.**