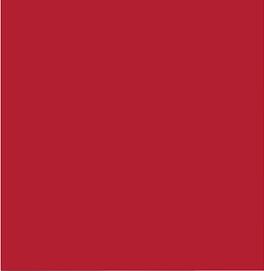




Hypoport AG
Hauptversammlung 2014



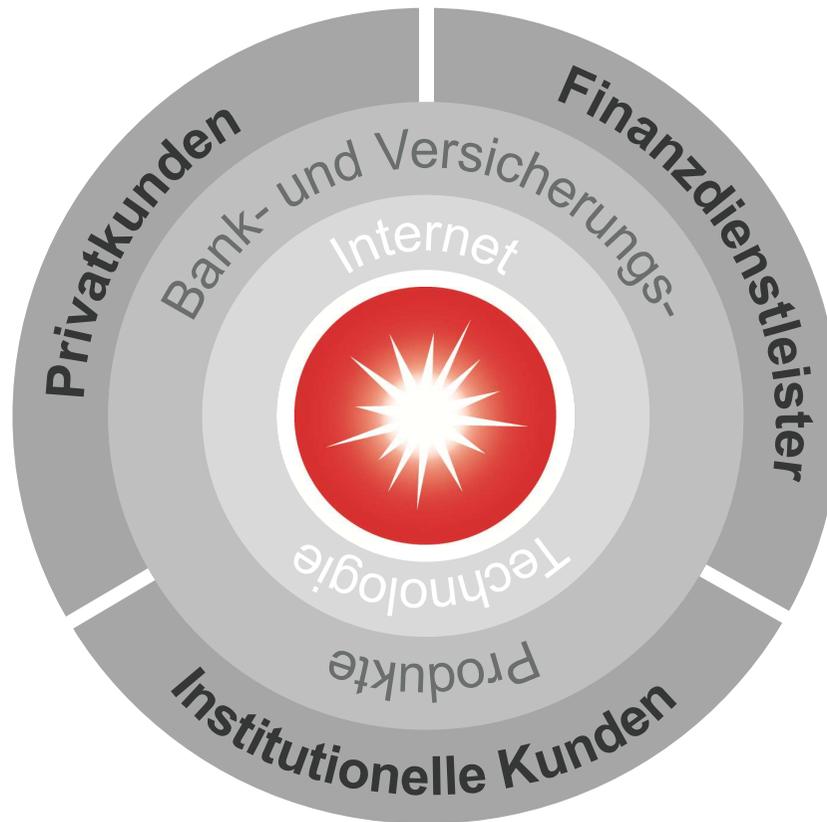
Inhalt

1. **Marktumfeld**
 2. **Entwicklung der Geschäftsbereiche**
 3. **Kennzahlen im Überblick und Ausblick**
- 

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Die Geschäftsbereiche der Hypoport AG

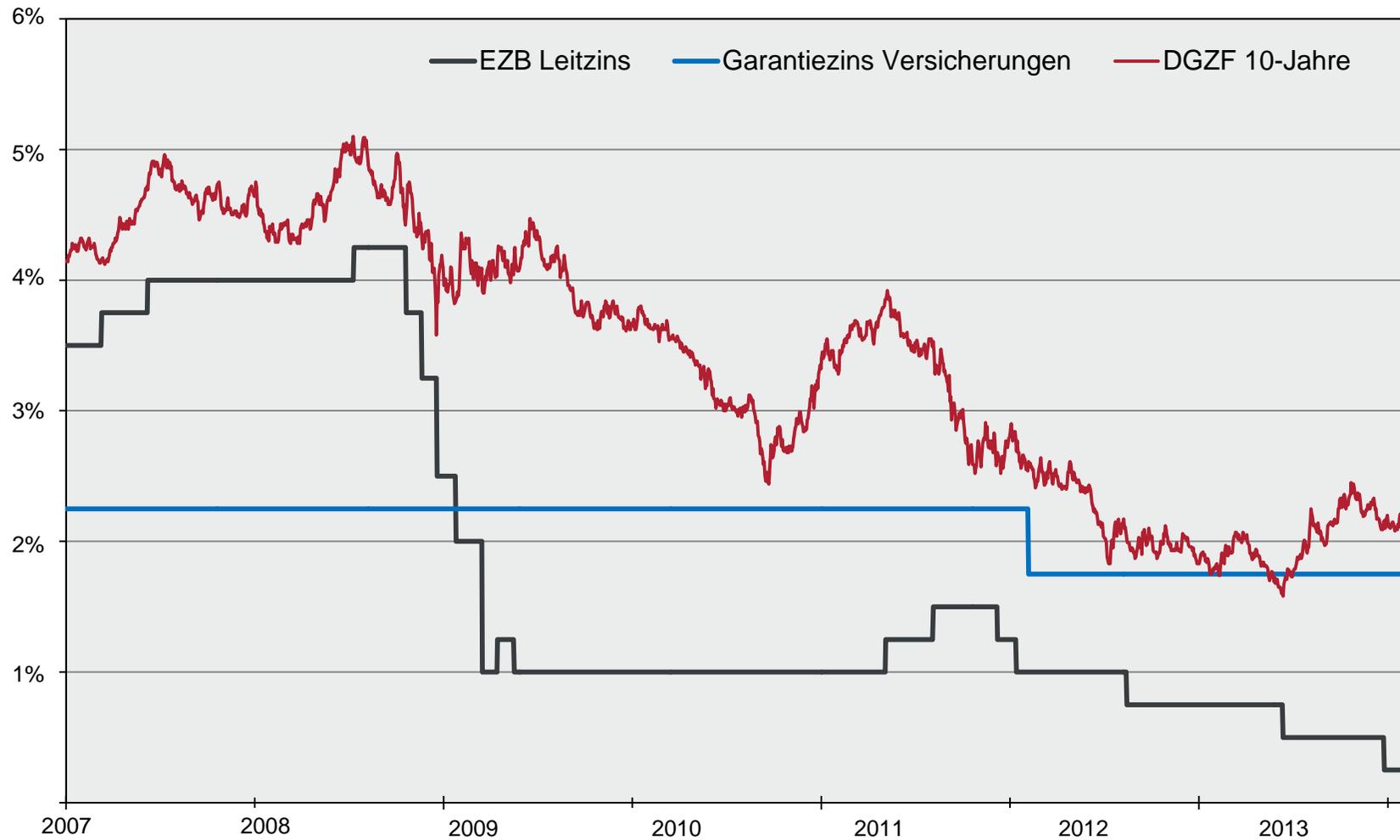
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



EUROPACE

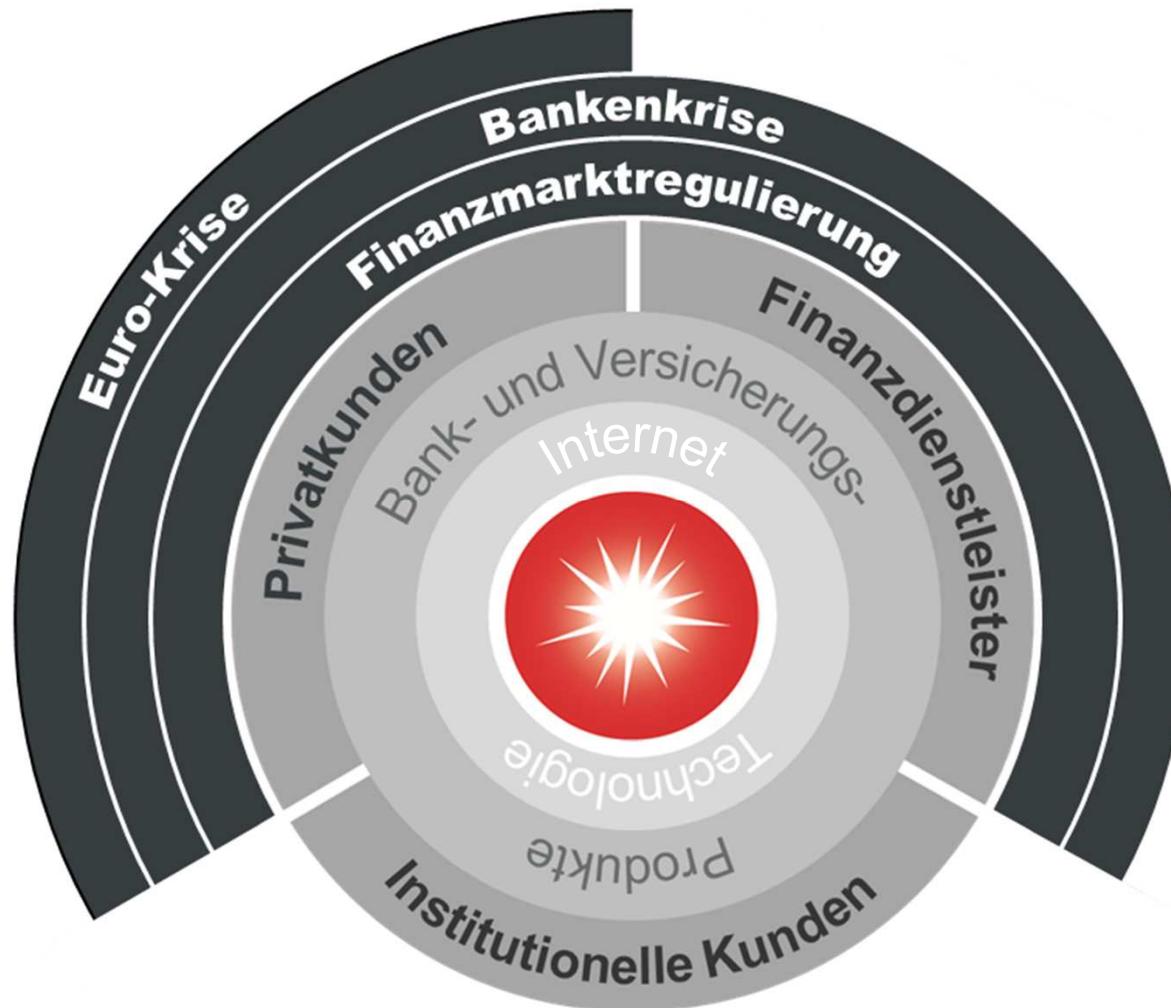
Niedriges, impulsloses Zinsniveau auf Jahressicht

Zinsentwicklung wichtiger Teilsegmente seit 2007



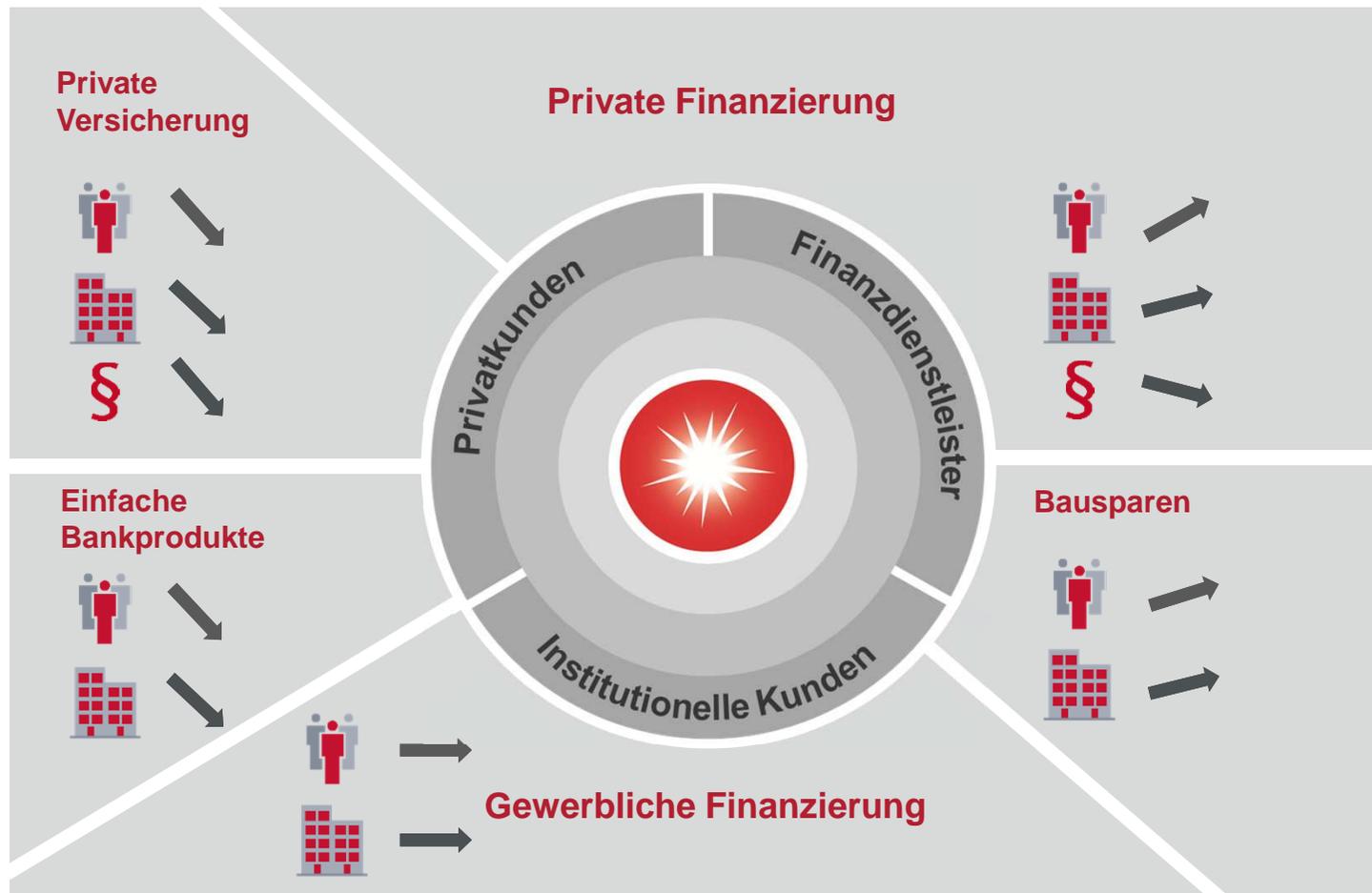
2 der 3 Geschäftsbereiche sind weiterhin vom aktuellen Krisenumfeld negativ betroffen

Auswirkungen des makroökonomischen Umfeldes auf die Geschäftsmodelle des Hypoport-Konzerns



Auswirkungen des Marktumfeldes auf die Geschäftsbereiche

Entwicklung des Marktumfeldes für die relevanten Finanzdienstleistungsprodukte





Inhalt

1. **Marktumfeld**
2. **Entwicklung der Geschäftsbereiche**
3. **Kennzahlen im Überblick und Ausblick**

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Privatkunden

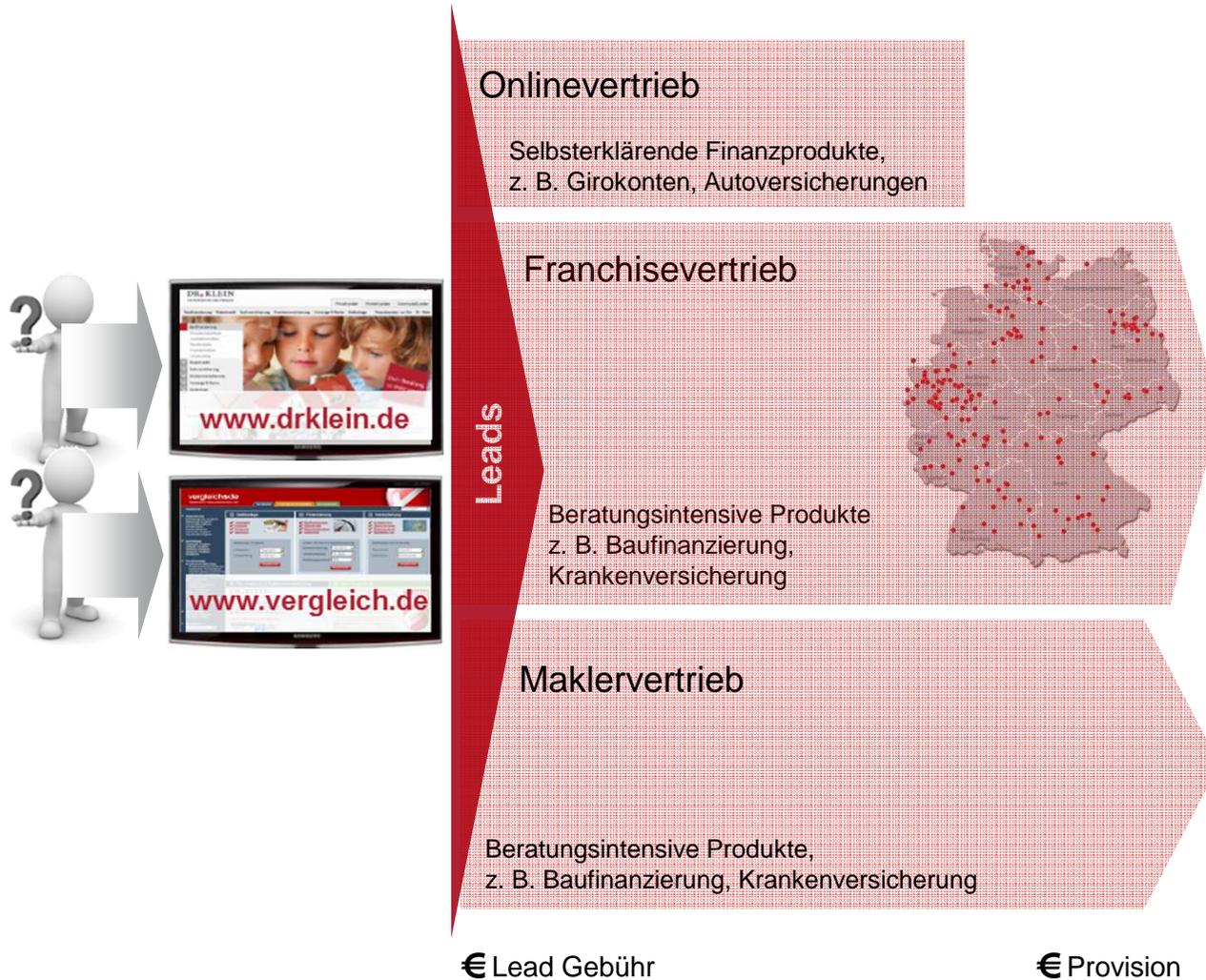
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



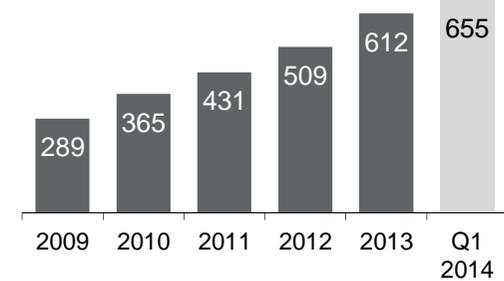
 **EUROPACE**

Das Beste aus zwei Welten: Online Kundengewinnung und Offline Beratung

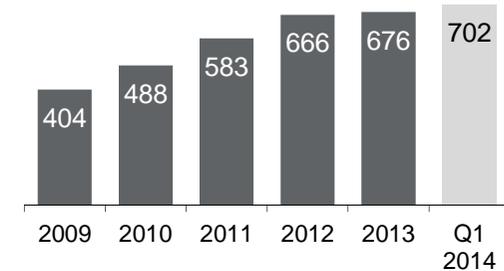
Leadgenerierung und Cross-channelling im Geschäftsbereich Privatkunden



Anzahl aktive Vermittler Filialvertrieb



Anzahl aktive Vermittler Maklervertrieb

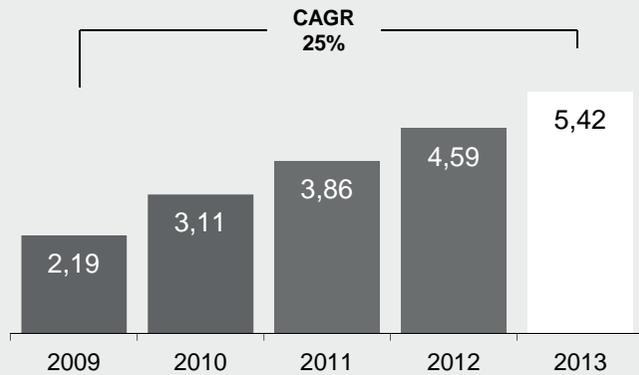


Starkes Wachstum der Transaktionsvolumina Immobilienfinanzierung und Bausparen

Kennzahlen des Produktsegments Finanzierung des Geschäftsbereichs Privatkunden

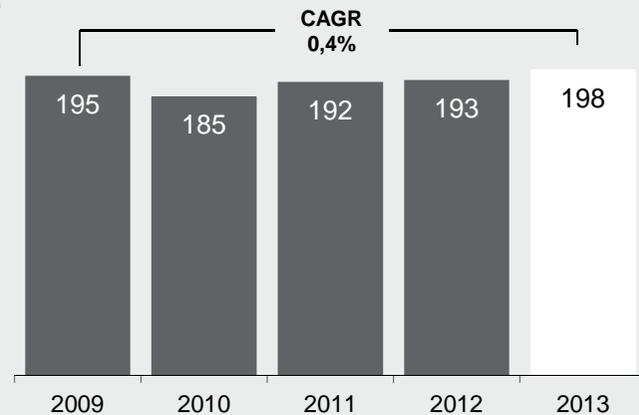
Transaktionsvolumen Finanzierungen

(Mrd. €)



Entwicklung des Baufinanzierungsneugeschäfts

(Mrd. €)



Quelle: Bundesbank

Steigerung des Transaktionsvolumens im Immobilienfinanzierungsbereich um 18 Prozent trotz geringen Anreizen durch niedrige Zinsvolatilität und stabilem Marktvolumen.

Anstieg im Transaktionsvolumen Bausparen um 48 Prozent.

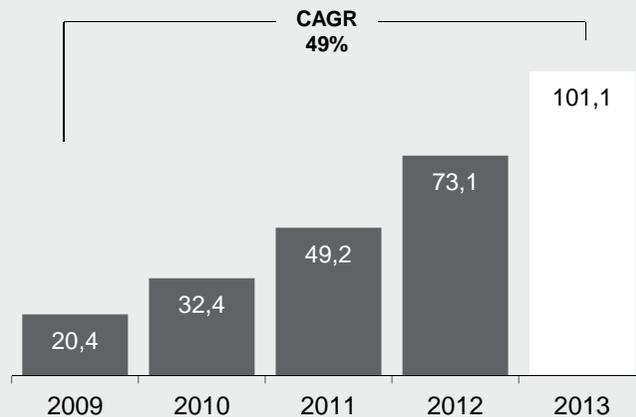
Das Transaktionsvolumen Ratenkredite liegt im wettbewerbsintensiven Marktumfeld mit 2 Prozent über Vorjahr.

Versicherungsneugeschäft von starken Marktveränderungen belastet

Kennzahlen des Produktsegments Versicherungen des Geschäftsbereichs Privatkunden

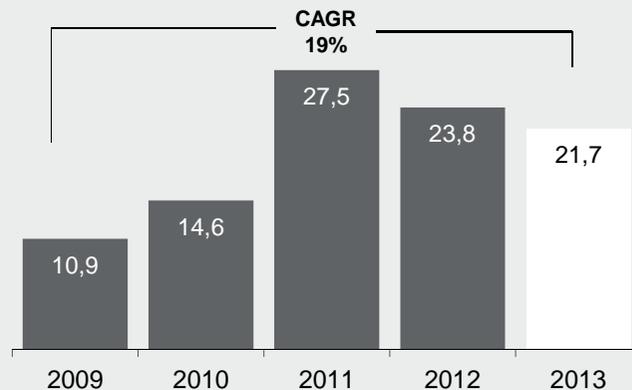
Versicherungsbestand: Jahresprämien in Mio. €

Stichtag 30.12.



Transaktionsvolumen Versicherungen

(Mio. €)



Der verwaltete Versicherungsbestand erhöhte sich um 38 Prozent.

Marktschwankungen durch fehlendes Jahresendgeschäft, Zinsänderungen und Regulierungen steigen. Durch Ausbau der Bestände sinkt mittel- bis langfristig die Abhängigkeit vom Neugeschäft.

Das Transaktionsvolumen Versicherungsneugeschäft liegt 9 Prozent unter Vorjahr. Die Gründe hierfür liegen in der verminderten Attraktivität privater Krankenversicherungen und Lebensversicherungen sowie im fehlenden Jahresendgeschäft.

Neugeschäft der privaten Krankenversicherung verzeichnet einen Rückgang von 47 Prozent und jenes der Lebensversicherungen von 10 Prozent. Das Neugeschäft der nachhaltigeren Sachversicherungen legt indes um 90 Prozent zu.

Schwaches Marktumfeld bei den einfachen Geldanlageprodukten

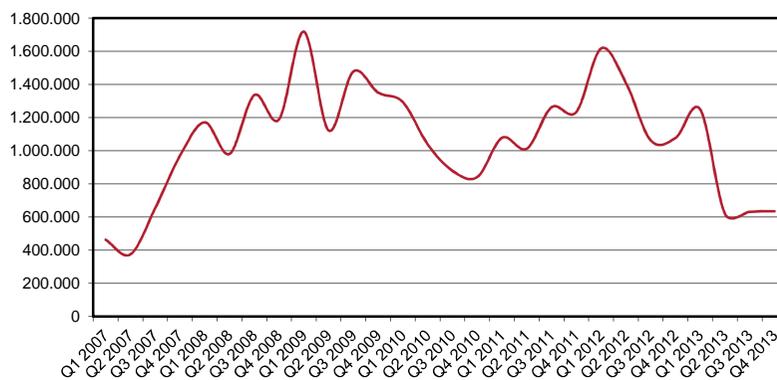
Kennzahlen des Produktsegments „Einfache Bank- und Versicherungsprodukte“ des Geschäftsbereichs Privatkunden



Rückgang der Leadanzahl um 39 Prozent auf 3,1 Mio.

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

Onlinevertrieb: Anzahl Leads pro Quartal

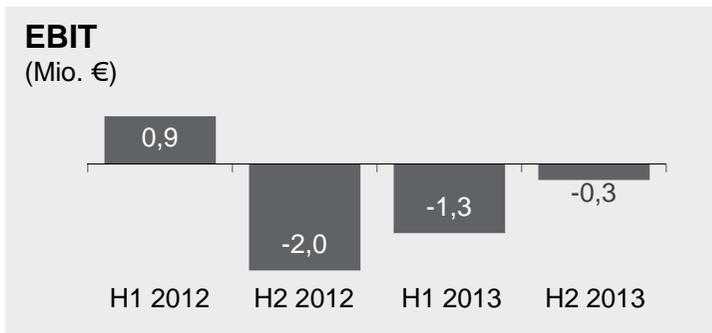
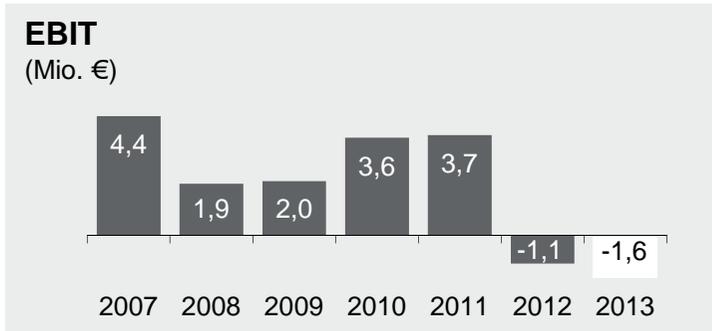
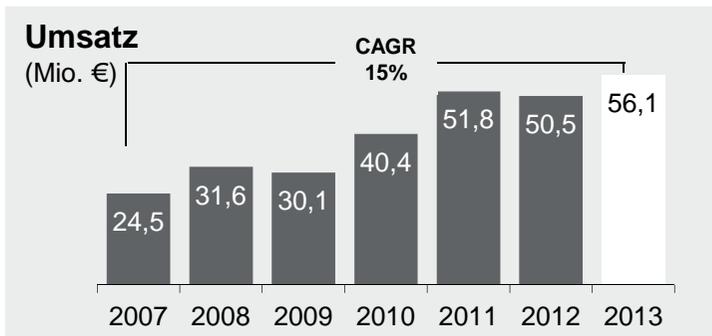


Steigende Onlinevertriebskosten aufgrund des schwachen Marktumfeldes und des intensiver werdenden Wettbewerbsumfeldes.

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

Geschäftsbereich durch Verwerfungen des Versicherungsmarktes belastet

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden



Trotz impulslosem Zinsniveau positive Entwicklung der Finanzierungsprodukte.

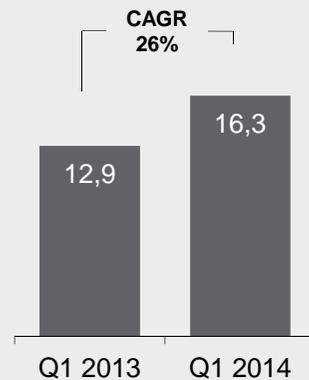
Einbruch im Neugeschäft privater Krankenversicherungen und Lebensversicherungen konnte durch Sachversicherungen und Bestände noch nicht abgedeckt werden. Die Sanierung schreitet voran, wurde aber durch das fehlende Jahresendgeschäft getrübt.

Niedriges Zinsniveau führt zur Zurückhaltung der Banken in Bezug auf ihr Einlagengeschäft.

GB profitiert von starkem Finanzierungsgeschäft 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.

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Finanzdienstleister

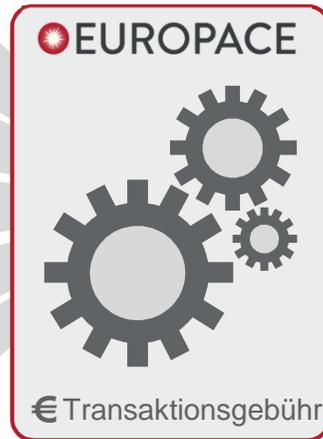
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



 **EUROPACE**

Finanzmarktplatz verbindet etwa 250 Branchenvertreter
EUROPACE - Hier ist der Markt!

Vertriebsorganisationen

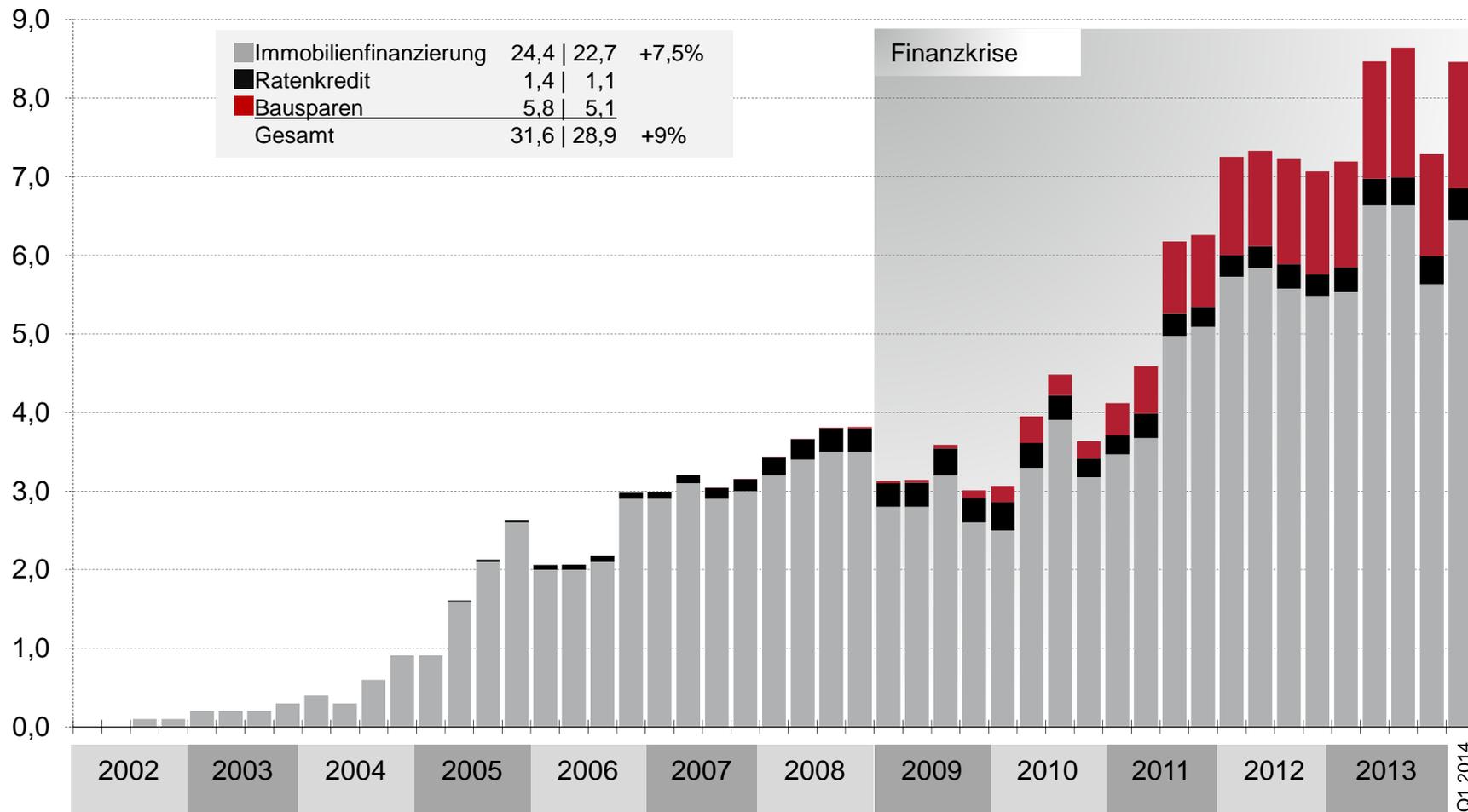


Produktanbieter

Erstmalig Transaktionsvolumen über 30 Milliarden Euro

Transaktionsvolumen des EUROPACE-Marktplatzes

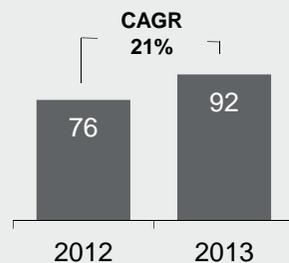
Mrd. €



GENOPACE - Marktplatz für die genossenschaftliche Finanzgruppe

Beschleunigte Partnergewinnung gegenüber Vorjahr

Vertragspartner



Start: Q II / 2008

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 und Intensivierung der Nutzung bei bestehenden Partnern.

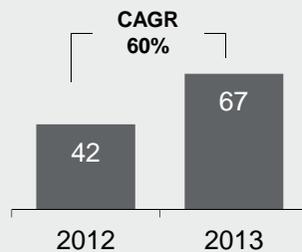
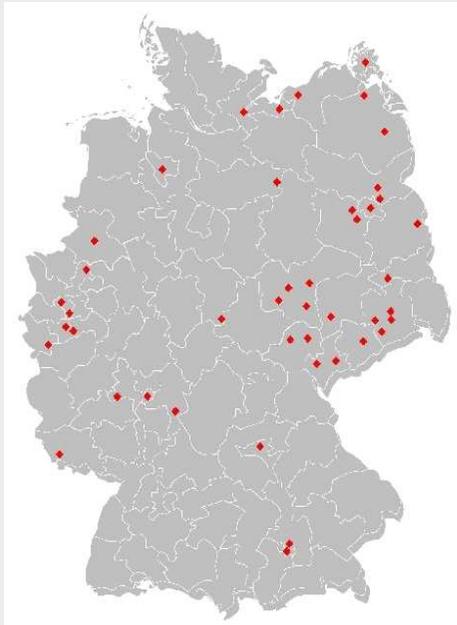
Zahlreiche neue Kooperationen in der Anbahnung. Neue Partner nehmen teilweise erst verzögert Geschäft auf.

Einführung des Produktes Bausparen auf der Plattform

FINMAS – Finanzmarktplatz für Sparkassen

Beschleunigte Partnergewinnung gegenüber Vorjahr

Vertragspartner



Start: Q IV / 2009

Starkes Wachstum des Transaktionsvolumens.

12 der Top25 Sparkassen sind Vertragspartner von FINMAS.

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

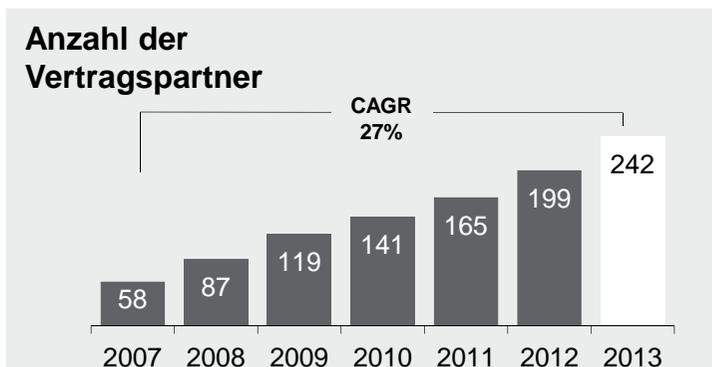
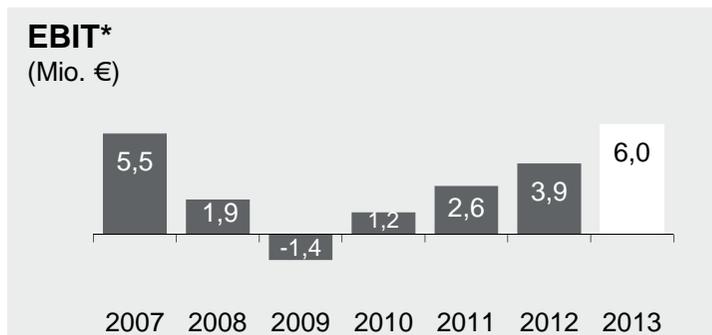
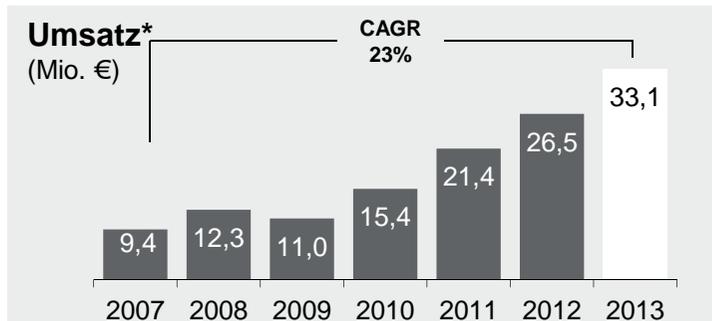
Nutzung der Vertriebsmöglichkeiten von FINMAS rückt für Sparkassen zunehmend in den Fokus.

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



* Aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

Starkes Wachstum des Transaktionsvolumens führt zu deutlichem Anstieg der Ertragszahlen.

Aufgrund der niedrigen Zinsen entscheiden sich Kunden für Darlehen mit langen Zinsbindungen, die den Ertrag positiv beeinflussen.

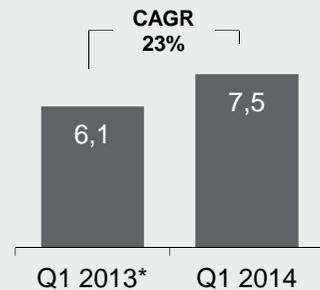
Konsequente inhaltliche Erweiterung der Plattformfunktionalitäten stärkt Integrationstiefe der Partner.

Erste Vertriebe beginnen Geschäft auf die neue Benutzeroberfläche zu verlagern.

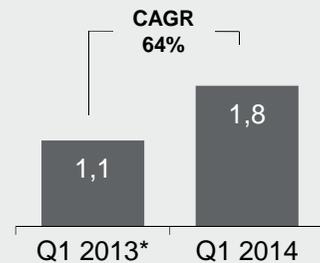
Attraktive Plattformfunktionalitäten binden bestehende Partner und ziehen neue an

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Finanzdienstleister

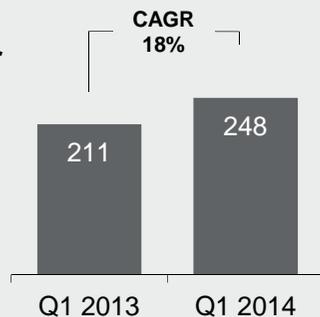
Umsatz
(Mio. €)



EBIT
(Mio. €)



Anzahl der Vertragspartner



* Vorjahreswerte angepasst

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

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

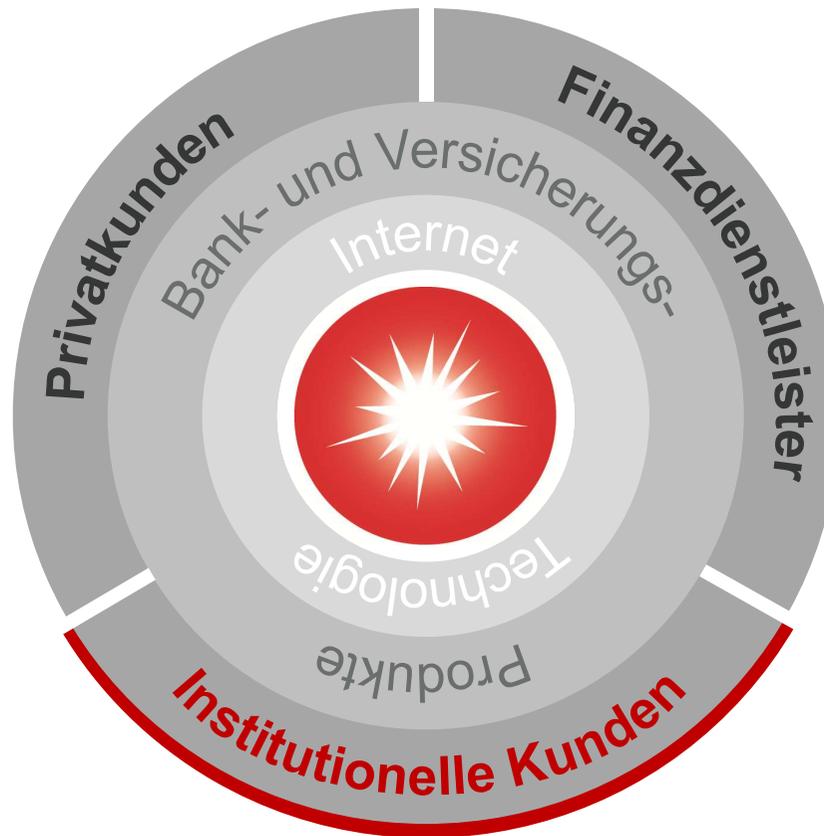
Neue EUROPACE Benutzeroberfläche wird zunehmend für Neugeschäft für Baufinanzierungen genutzt.

Größter deutscher Maklerpool startet im März 2014 ausschließlich mit diesem neuen Frontend.

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden

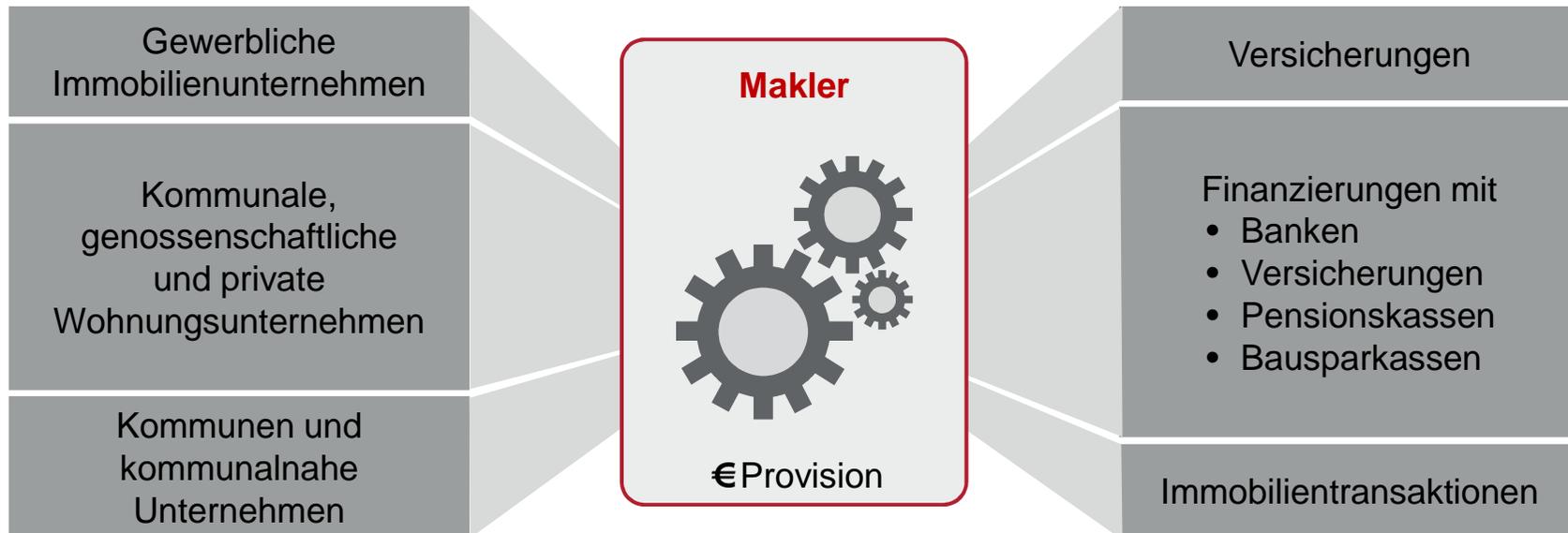
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



 **EUROPACE**

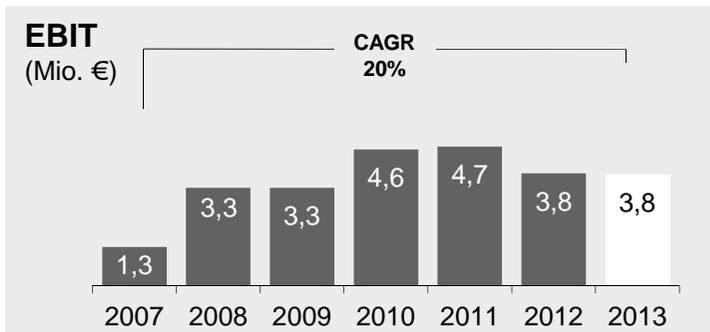
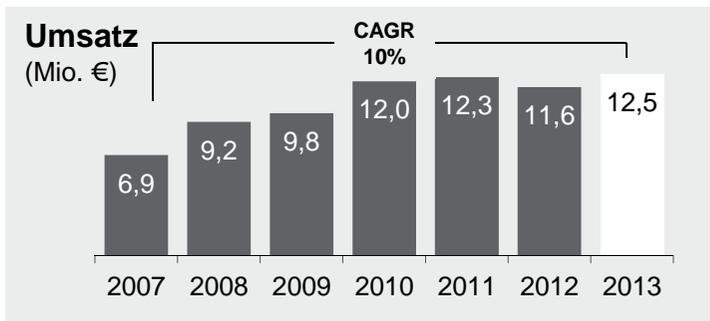
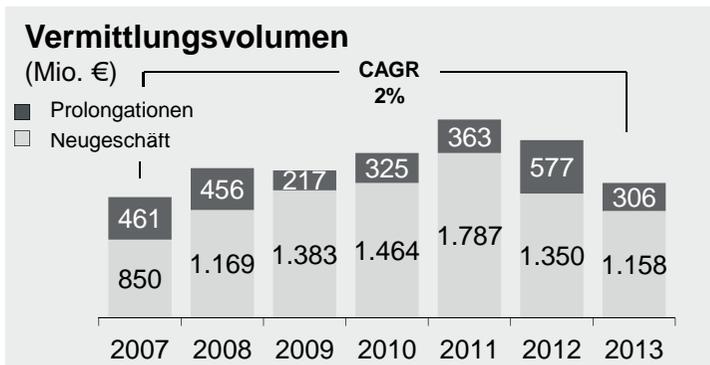
Breite Aufstellung garantiert starke und stabile Marktposition

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden



Geschäftsverlauf solide mit hervorragendem drittem Quartal

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Institutionelle Kunden



Starker Zinsanstieg im Mai führte im dritten Quartal zum besten Quartal der Unternehmensgeschichte. Sowohl davor als auch zum Jahresende war die Abschlussbereitschaft bei den Kunden durch geringe Volatilität der Zinsen auf niedrigstem Niveau deutlich zurückhaltend.

Insgesamt guter Geschäftsverlauf bei Finanzierung im Rahmen der normalen Volatilität. Keine Big Deals im Geschäftsjahr, dafür aber hohe Kundenstreuung. Trotz sinkenden Vermittlungsvolumen stabiler Umsatz durch höhermargiges Geschäft. Innovative Finanzierungsmodelle sichern ein Alleinstellungsmerkmal und gute Margen.

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

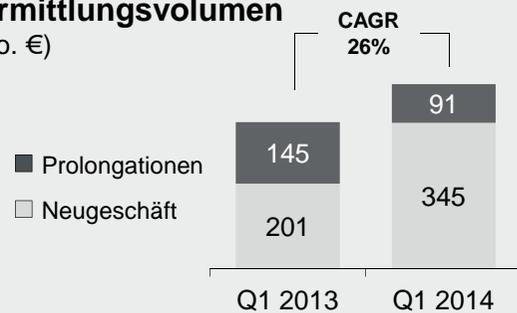
Aufbau neuer Produktbereiche (u.a. Immobilienvermittlung) erhöht Kostenniveau.

Guter Geschäftsverlauf im ersten Quartal

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Institutionelle Kunden

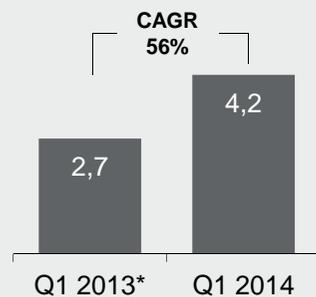
Vermittlungsvolumen

(Mio. €)



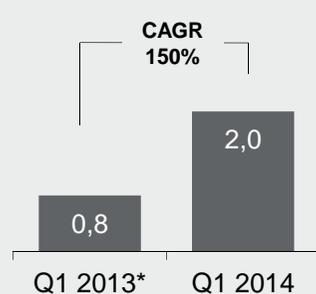
Umsatz

(Mio. €)



EBIT

(Mio. €)



* Vorjahreswerte angepasst

Überdurchschnittlicher Geschäftsverlauf bei Finanzierung belegt das volatile Geschäftsmodell.

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 setzt Wachstum fort. Consulting für Immobilieninvestoren und Emittenten weiter wachsend.

Neue Produktbereiche (u.a. Immobilienvermittlung) generieren zum Teil schon nennenswerte Erträge.



Inhalt

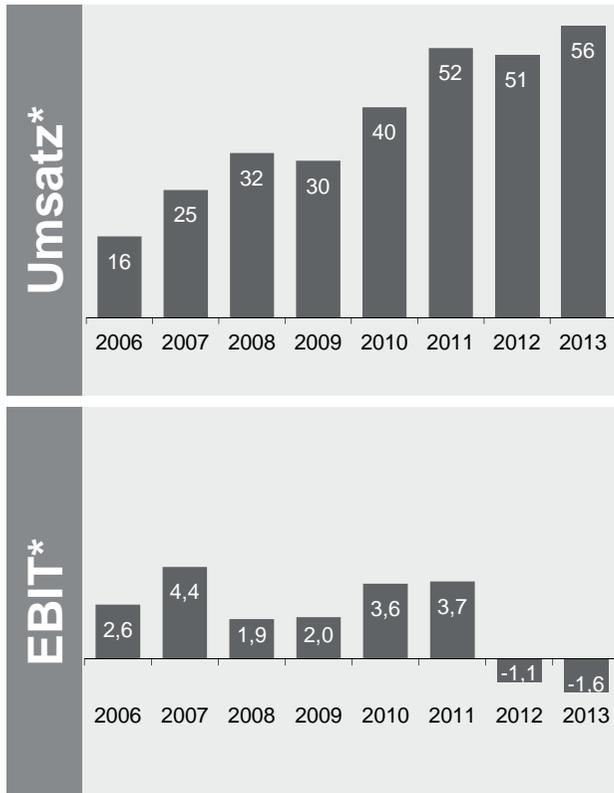
1. **Marktumfeld**
2. **Entwicklung der Geschäftsbereiche**
3. **Kennzahlen im Überblick und Ausblick**

Hypoport setzt langfristiges Wachstum fort

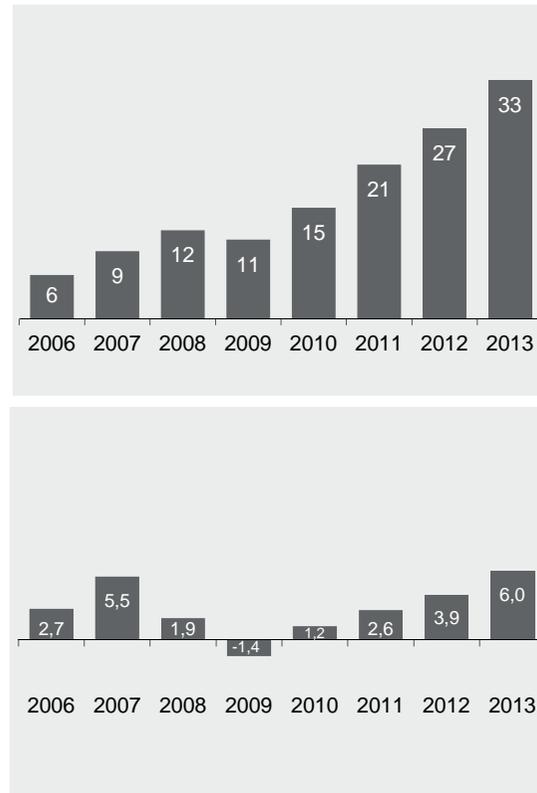
Überblick über die Ergebnisse der Geschäftsbereiche



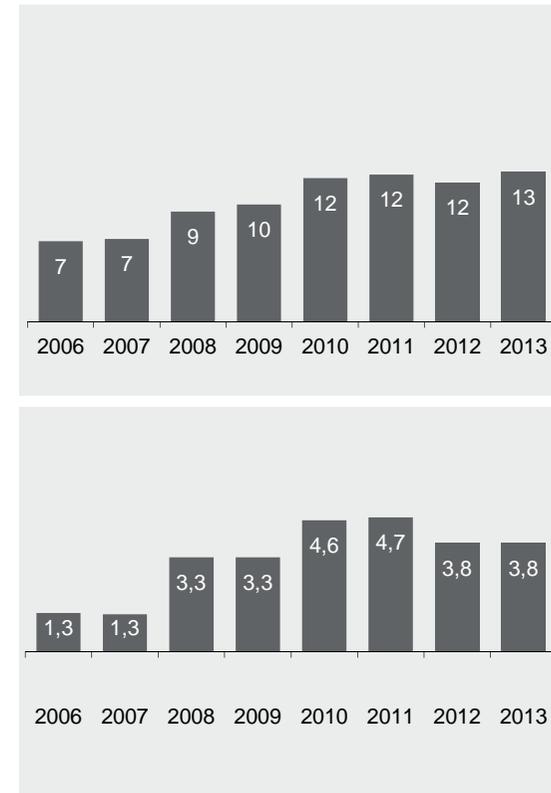
Privatkunden



Finanzdienstleister

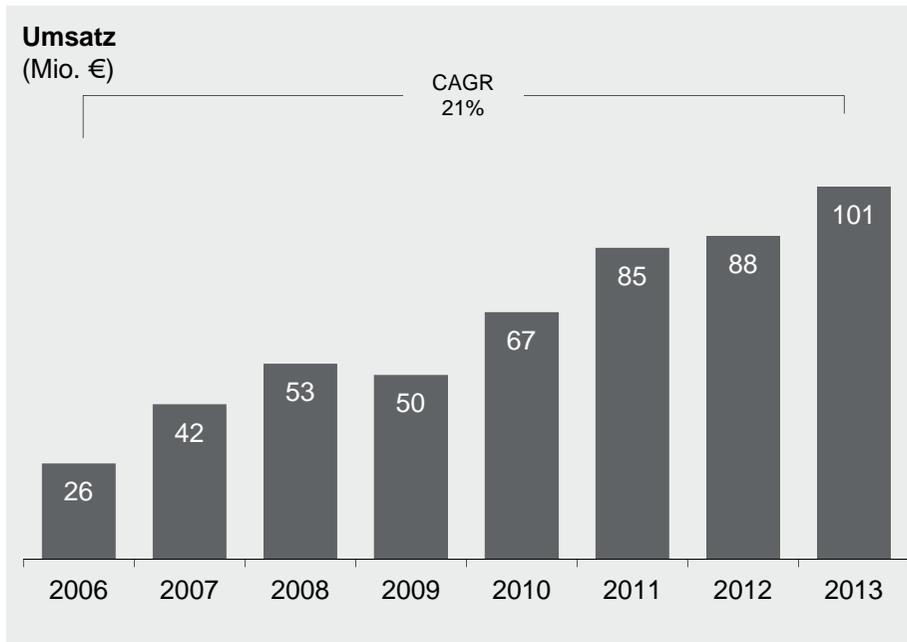


Institutionelle Kunden

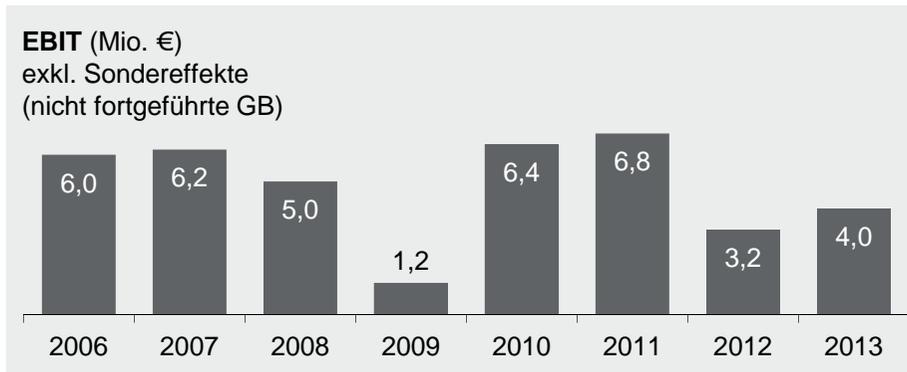


Hypoport setzt langfristiges Wachstum fort

Überblick: Finanzkennzahlen des Hypoport-Konzerns



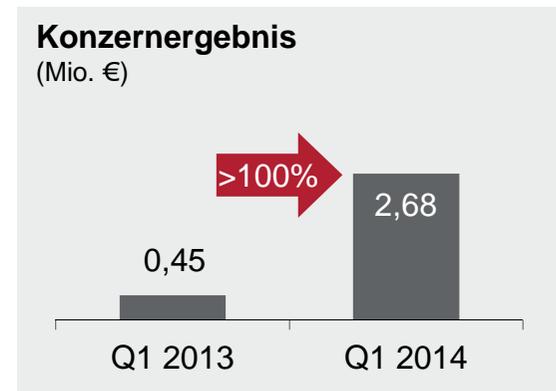
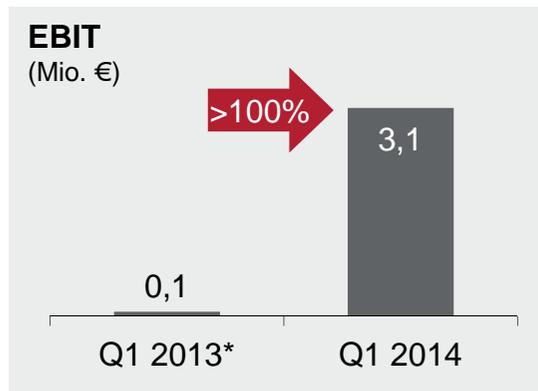
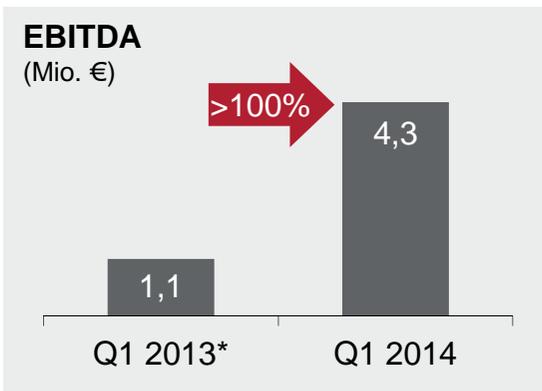
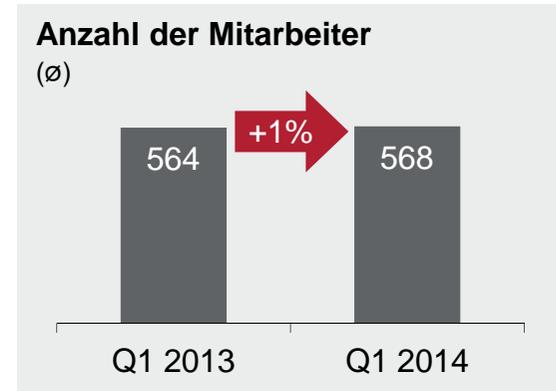
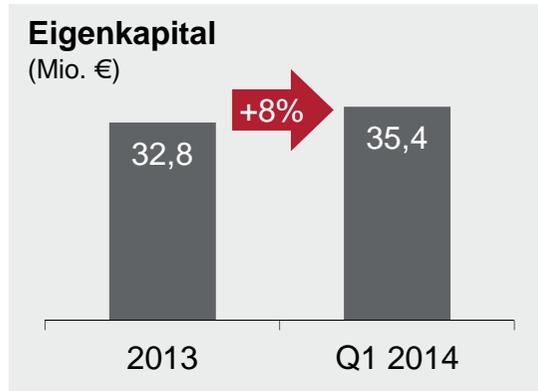
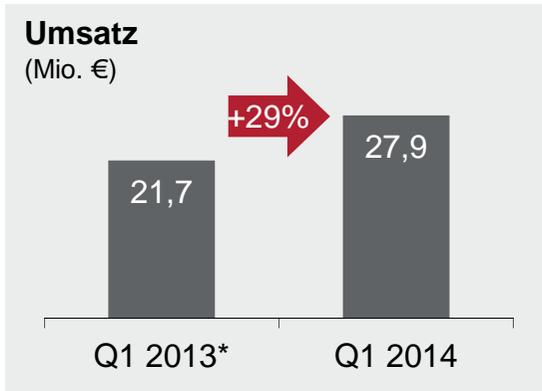
Wachstumsorientiertes Geschäftsmodell.
Krisen seit 2008 bremsen das Wachstum.



Steigende Investitionen und Vertriebskosten zur Unterstützung der Wachstumsstrategie.
Erträge seit 2008 durch Finanzkrise beeinflusst.

Deutliches Wachstum in Umsatz und Ertrag

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



* Vorjahreswerte angepasst

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.