

Hypoport bestätigt Prognosen in widrigem Umfeld

Geschäftszahlen zum 30. September 2013

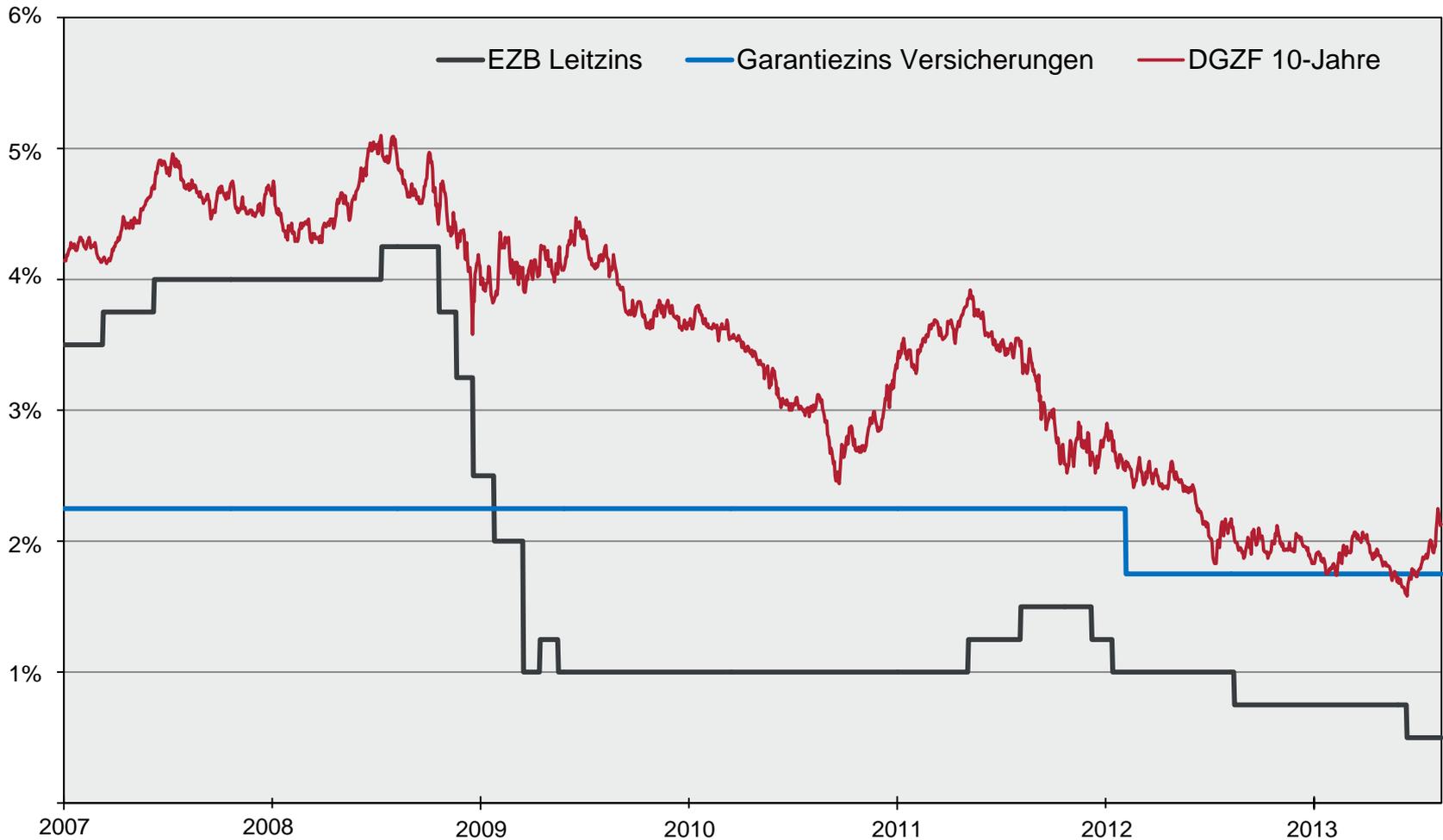


Inhalt

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

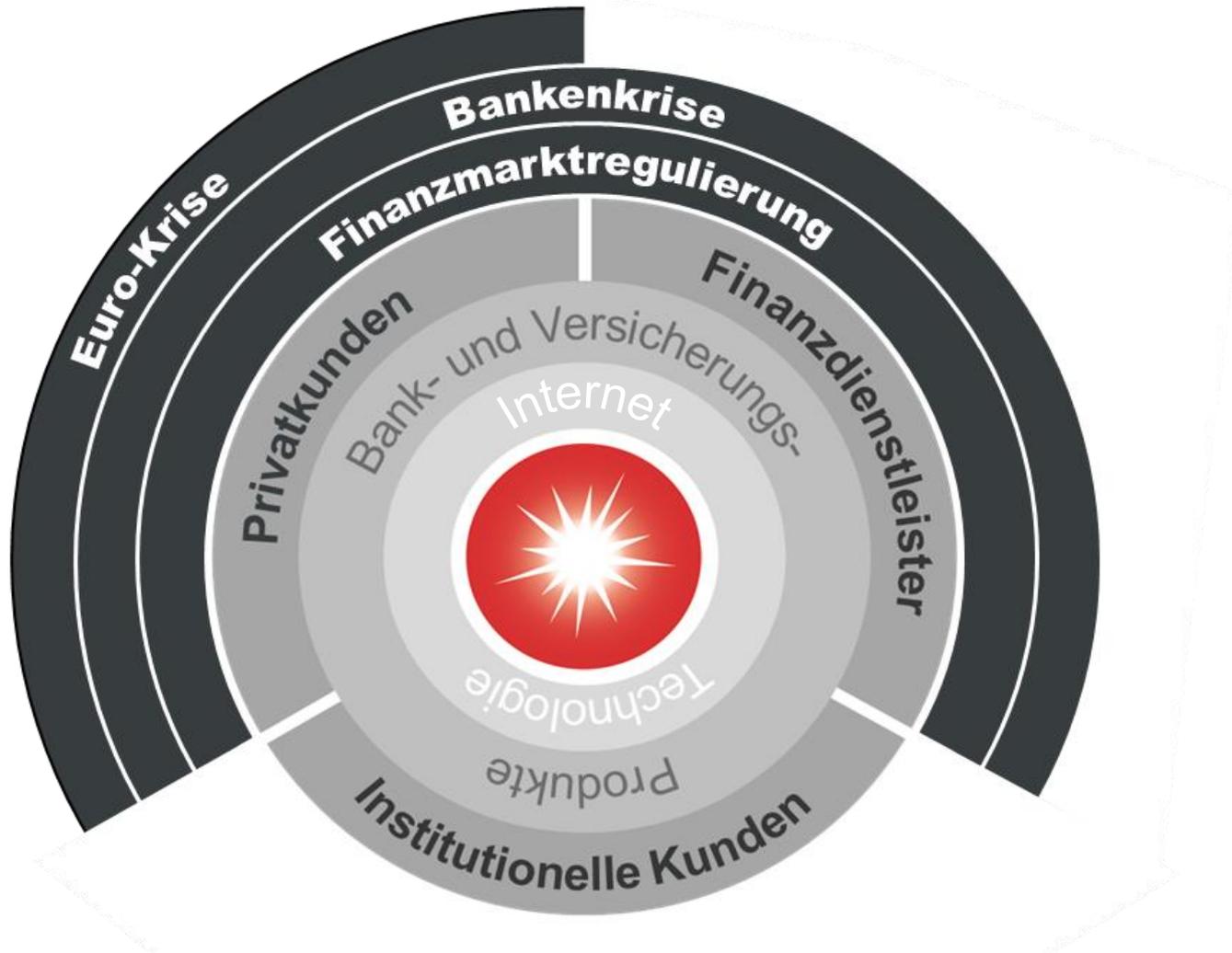
Weiterer Zinsanstieg mit anschließender Seitwärtsbewegung kennzeichnet 3. Quartal

Zinsentwicklung wichtiger Teilsegmente seit 2007



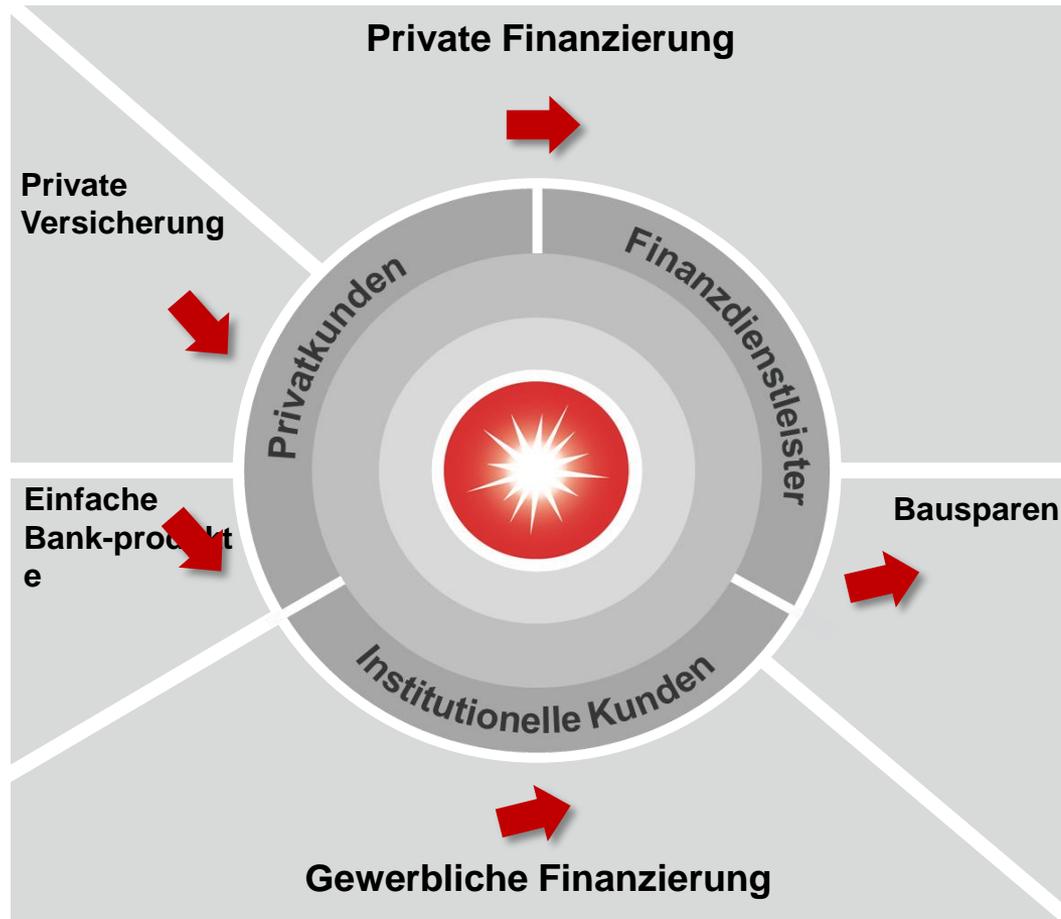
2 der 3 Geschäftsbereiche sind vom aktuellen Krisenumfeld negativ betroffen

Auswirkungen des makroökonomischen Umfeldes auf die Geschäftsmodelle des Hypoport-Konzerns



Diversifizierte Geschäftsmodelle treffen auf differenziertes Umfeld

Entwicklung des Marktumfeldes im Vergleich zum Geschäftsjahr 2012





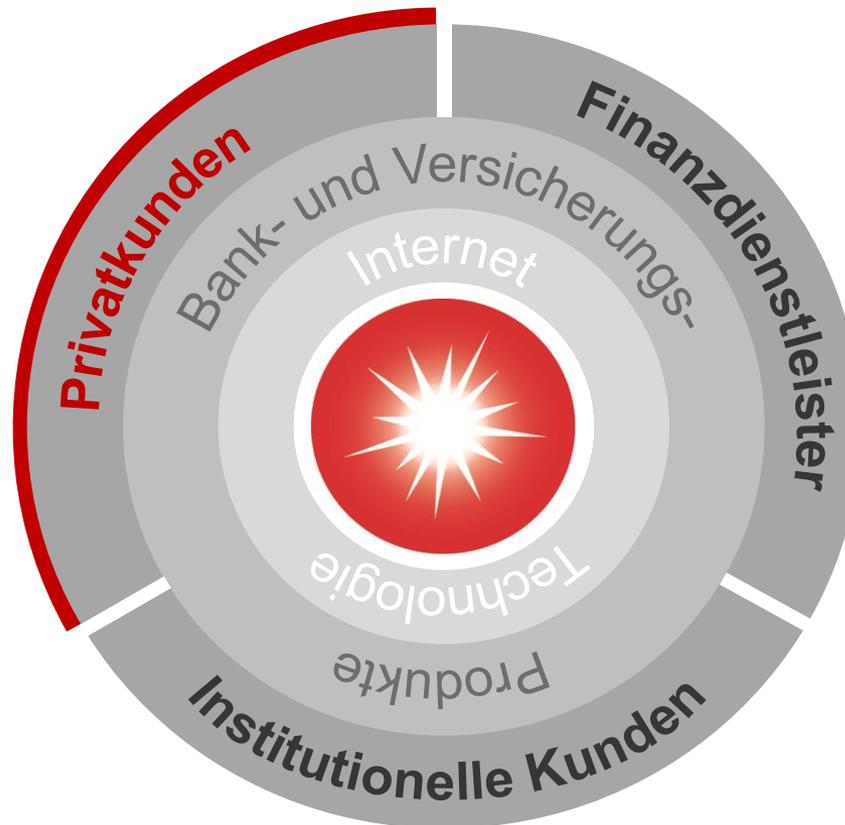
Inhalt

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

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Privatkunden

DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



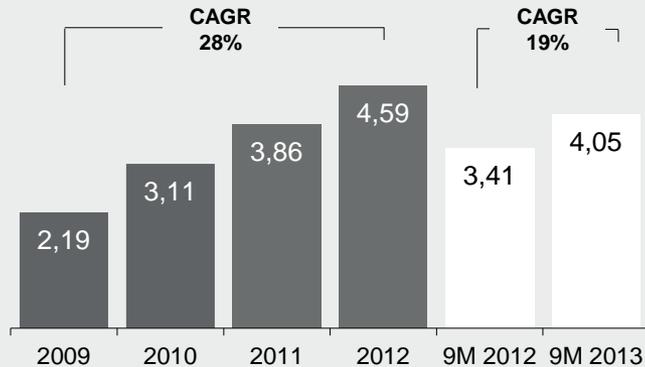
 **EUROPACE**

Starke Entwicklung in der Immobilienfinanzierung

Kennzahlen des Produktsegments Finanzierung des Geschäftsbereichs Privatkunden

Transaktionsvolumen Finanzierungen

(Mrd. €)



Deutliche Steigerung des Transaktionsvolumens Finanzierungen um 19 Prozent.

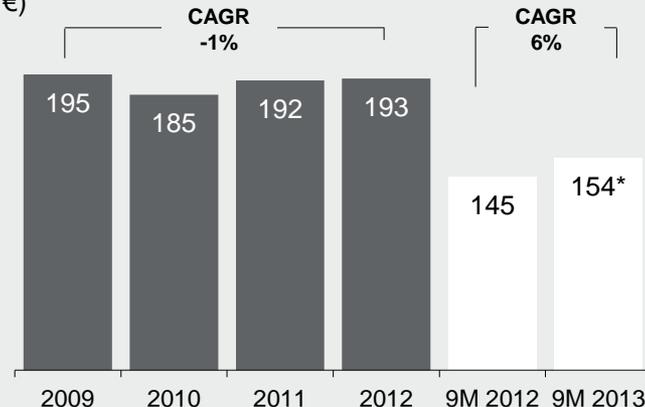
Steigerung des Transaktionsvolumens im Immobilienfinanzierungsbereich um 22 Prozent und somit Gewinnung von Marktanteilen.

Getragen von der Thematisierung der Immobilie als Altersvorsorge und als Instrument der Zinsabsicherung steigt das Volumen Bausparen um 73 Prozent.

In einem stark umkämpften Markt liegt das Transaktionsvolumen im Produktsegment Ratenkredite 33 Prozent unter Vorjahr.

Entwicklung des Baufinanzierungsneugeschäfts

(in Mrd. €)



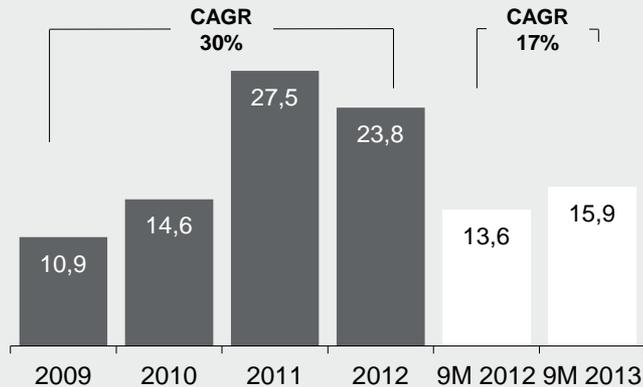
Quelle: Bundesbank (*September geschätzt)

Hohe Dynamik außerhalb der privaten Krankenversicherung

Kennzahlen des Produktsegments Versicherungen des Geschäftsbereichs Privatkunden

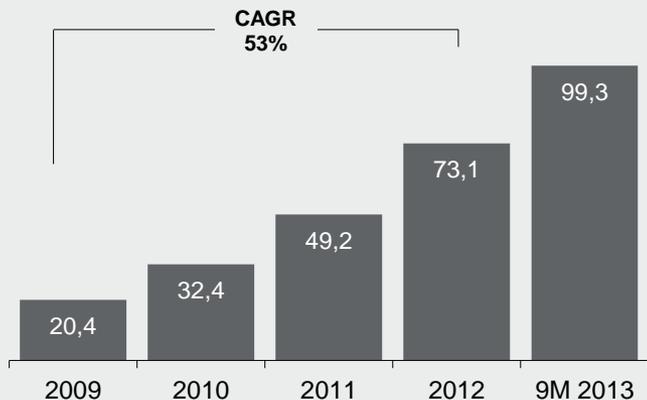
Transaktionsvolumen Versicherungen

(Mio. €)



Versicherungsbestand: Jahresprämien in Mio. €

Stichtag 30.09.



Das Transaktionsvolumen Versicherungen steigt um 17 Prozent. Wachstumsraten können jedoch durch das marktbedingte Ausbleiben des branchenüblichen Jahresendgeschäftes auf Jahresbasis nicht gehalten werden.

Neugeschäft der Privaten Krankenversicherung durch widriges Umfeld am stärksten belastet. Entsprechendes Transaktionsvolumen sinkt um 46 Prozent.

Trotz ebenfalls schwieriger Marktbedingungen konnte das Volumen der Lebensversicherungen um 27 Prozent gesteigert werden.

Starkes Wachstum im Neugeschäft der Sachversicherungen um 142 Prozent und des verwalteten Bestandes um 36 Prozent.

Aufgrund des kleinvolumigen Geschäftes besteht erst mittelfristig die Chance, die Abhängigkeit vom LV-/KV-Neugeschäft durch Ausbau der Bestände zu reduzieren.

Schwaches Marktumfeld bei den einfachen Geldanlageprodukten

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



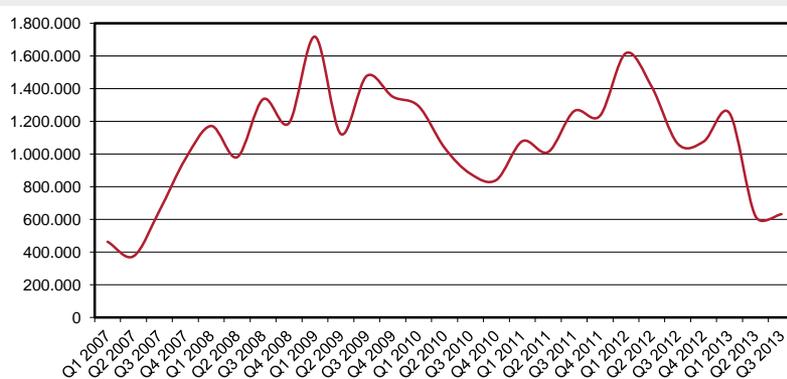
Rückgang der Leadanzahl um 39 Prozent auf 2,5 Mio.

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

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.

Onlinevertrieb: Anzahl Leads pro Quartal



Wachstum der Franchiseorganisation hält an

Leadgenerierung und Cross-channelling: Privatkunden



Onlinevertrieb
 Selbsterklärende Finanzprodukte,
 z. B. Girokonten, Autoversicherungen

Franchisevertrieb



Beratungsintensive Produkte,
 z. B. Baufinanzierung, Kranker

Maklervertrieb
 Beratungsintensive Produkte,
 z. B. Baufinanzierung, Krankenversicherung

€ Lead Gebühr

€ Provision

Leads

Filialvertrieb:
 Anzahl der Berater
 pro Jahr



11

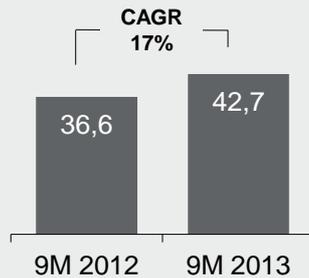
Geschäftszahlen 9M 2013

3.998 unabhängige Makler

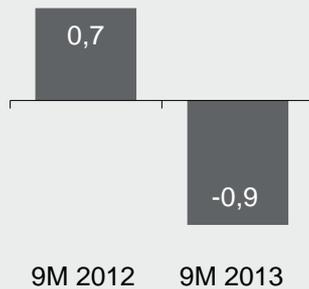
Geschäftsbereich kehrt in Gewinnzone zurück

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden

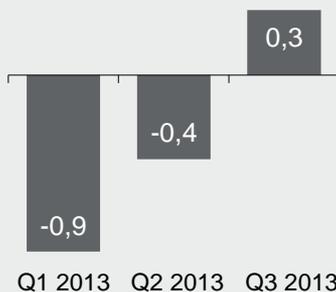
Umsatz
(Mio. €)



EBIT
(Mio. €)



EBIT
(Mio. €)



Weiterhin positive Entwicklung in der Immobilienfinanzierung.

Nach wie vor sehr schwieriger Versicherungsmarkt, da Vorsorgeprodukte unter niedrigem Zinsniveau leiden und die schwierige Situation der privaten Krankenversicherung hemmen. Sanierung schreitet - noch mit erheblichen Ergebnisbelastungen - voran.

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

Ergebnisse eines intensiven Justierens an Umsatz und Kosten werden auf Quartalsbasis sichtbar. Das vierte Quartal wird jedoch noch von einigen Herausforderungen geprägt sein.

In 2014 Rückkehr in die Gewinnzone erwartet.

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Finanzdienstleister

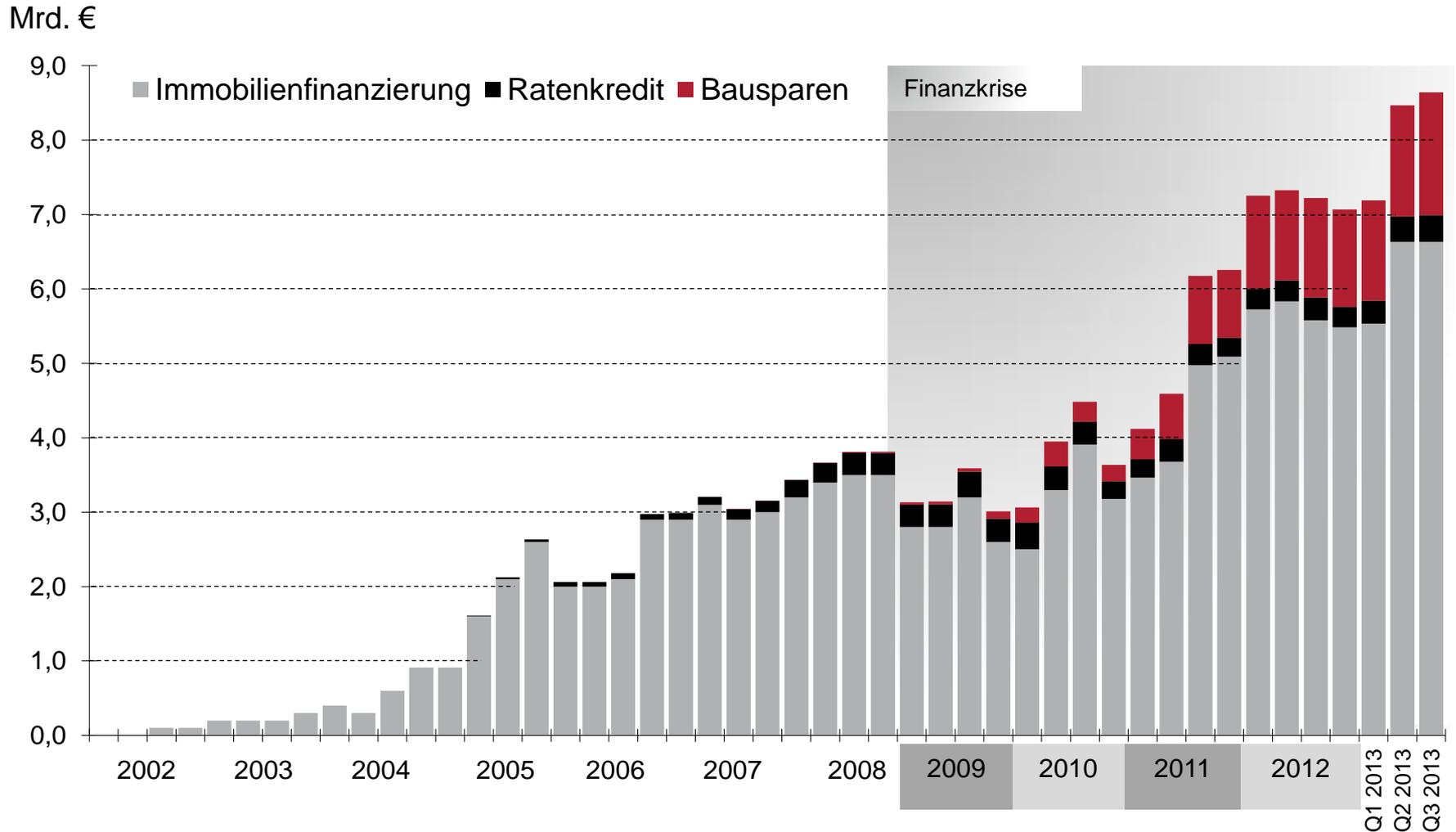
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



 **EUROPACE**

8,6 Milliarden Euro im 3. Quartal – Neuer Bestwert!

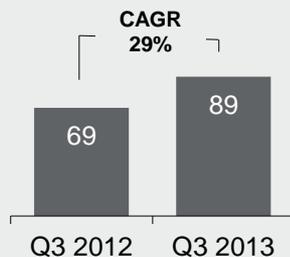
Transaktionsvolumen des EUROPACE-Marktplatzes



GENOPACE - Marktplatz für die genossenschaftliche Finanzgruppe

Beschleunigte Partnergewinnung gegenüber Vorjahr

Vertragspartner



Start: Q II / 2008

Erfreuliche Entwicklung der Transaktionen im dritten Quartal.

13 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.

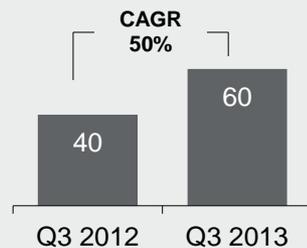
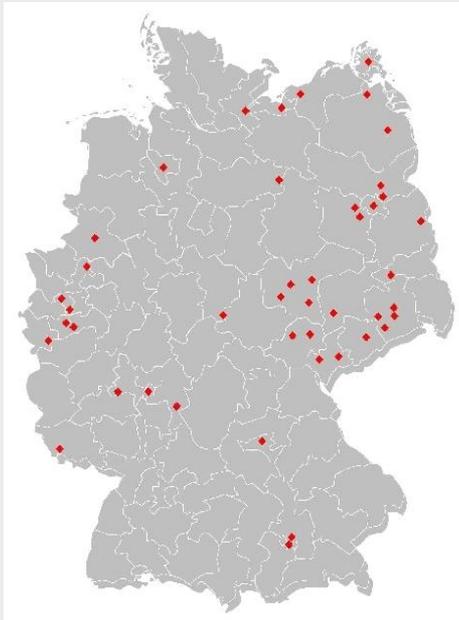
Zahlreiche neue Kooperationen in der Anbahnung. Neue Partner nehmen teilweise erst verzögert Geschäft auf.

Erste Abschlüsse im Bausparsegment.

FINMAS – Finanzmarktplatz für Sparkassen

Beschleunigte Partnergewinnung gegenüber Vorjahr

Vertragspartner



Start: Q IV / 2009

Transaktionsergebnis über Erwartung.

12 der Top25 Sparkassen sind Vertragspartner von FINMAS.

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

Zweites Institut fungiert als reine Vertriebssparkasse und weitere Institute sind in Anbahnung.

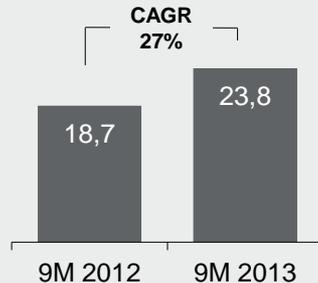
Mehrere Projekte zur Gewinnung von Partnern in neuen Regionalverbänden.

Zunehmendes Interesse bei mehreren Landesbausparkassen.

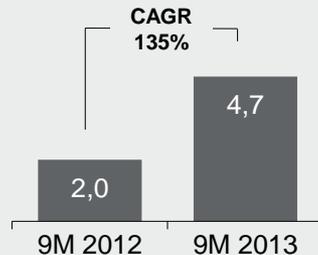
Attraktive Plattformfunktionalitäten binden bestehende Partner und ziehen neue an

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Finanzdienstleister

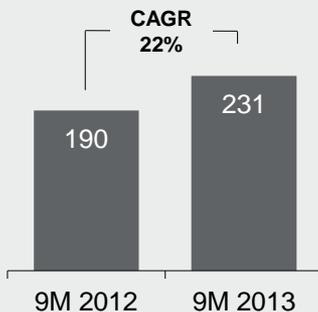
Umsatz*
(Mio. €)



EBIT*
(Mio. €)



Anzahl der Vertragspartner



Ausgezeichnete Entwicklung des Transaktionsvolumens unterstützt positive Entwicklung der Ertragssituation.

Aufgrund der niedrigen Zinsen entscheiden sich die Kunden für lange Zinsbindungsfristen. Davon profitiert die Ertragssituation.

Konsequente inhaltliche Erweiterung der Plattformfunktionalitäten (Vorgangsmangement; BauFi Lead) stärkt Integrationstiefe der Partner.

Fortschritte bei der Anbindung neuer Plattformpartner.

Erste Vertriebe beginnen Geschäft auf das neue Frontend zu verlagern.

* Aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden

DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



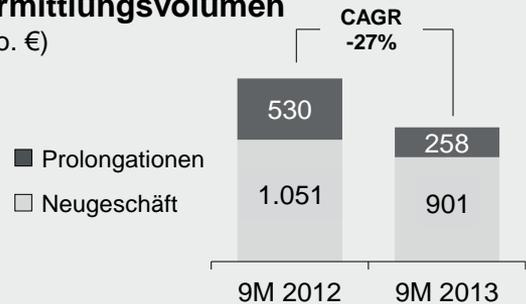
 **EUROPACE**

Geschäftsverlauf knüpft durch erfolgreiche Weiterentwicklung an Erfolgsjahre an

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Institutionelle Kunden

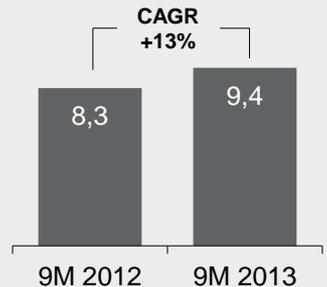
Vermittlungsvolumen

(Mio. €)



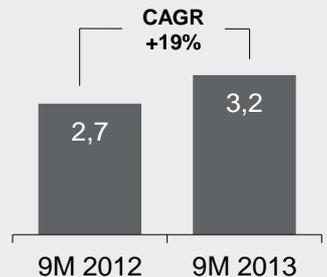
Umsatz

(Mio. €)



EBIT

(Mio. €)



Bestes Quartal der Unternehmensgeschichte.

Geschäftsverlauf im Rahmen der normalen Volatilität. Pipeline für die kommenden Monate sehr gut gefüllt, wobei niedrigmarginiges Kommunalgeschäft und Big Deals auf sich warten lassen.

Zinsanstieg führt zu hohem Abschlussvolumen.

Innovative Finanzierungsmodelle sichern Dr. Klein ein Alleinstellungsmerkmal in der gewerblichen Wohnungswirtschaft.

Positive Impulse durch die Ende Juni erfolgte Umstellung des KfW-Programms für energetische Investition auf die Laufzeitvariante 10/10/10.

Consulting für Immobilieninvestoren und Emittenten hat guten Geschäftsverlauf über Vorjahresniveau.

Deutlicher Anstieg der Anzahl Darlehensnehmer und Produktanbieter.



Inhalt

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

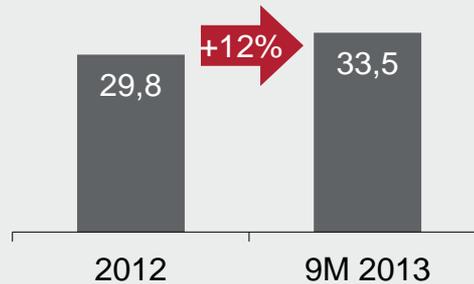
Bestes Quartals-Ergebnis der Firmengeschichte trotz höchst unsicherem Marktumfeld

Kennzahlen des Hypoport-Konzerns zum 30. September 2013 im Überblick

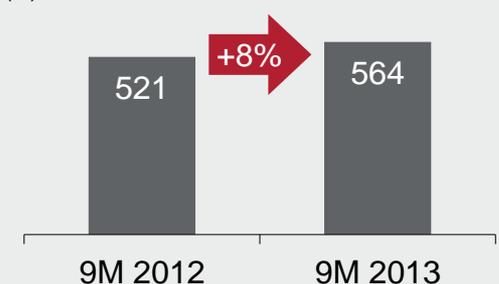
Umsatz*
(Mio. €)



Eigenkapital
(Mio. €)



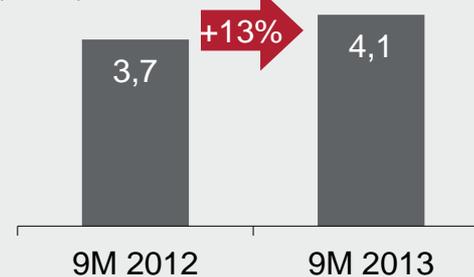
Anzahl der Mitarbeiter
(ø)



EBITDA*
(Mio. €)



EBIT*
(Mio. €)



Konzernergebnis
(Mio. €)



* Aus fortzuführenden Geschäftsbereichen



Inhalt

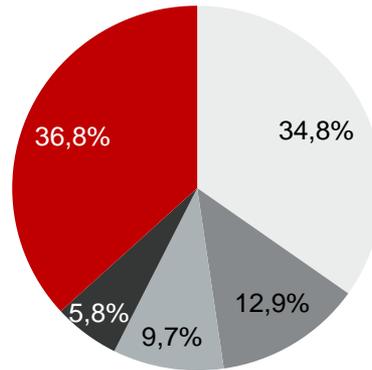
1. Marktumfeld
 2. Entwicklung der Geschäftsbereiche
 3. Kennzahlen im Überblick
 4. **Die Aktie**
 5. Ausblick
- 

Handelsvolumen und Aktienkurs weiter auf niedrigem Niveau

Kursverlauf in den ersten neun Monaten 2013 und Aktionärsstruktur zum 30. September 2013

Anzahl der Aktien: 6.194.958

- Revenia GmbH (Ronald Slabke, CEO)
- Kretschmar Familienstiftung
- Deutsche Postbank AG
- Sparta AG
- Streubesitz
 - Stephan Gawarecki 3,0%
 - Hans Peter Trampe 2,8%
 - übrige Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder: 2,8%
 - weitere Aktionäre 28,2%



Grunddaten zur Aktie

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

Directors' Dealings-Meldungen

Im 3. Quartal wurden keine Directors' Dealings-Meldungen veröffentlicht.

Designated Sponsor

Close Brother Seydler Bank AG

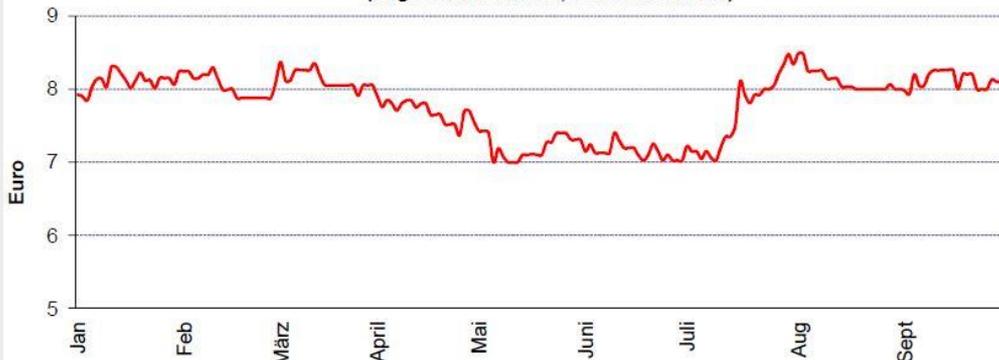
Aktivitäten für Investoren 2013

07.06.2013	Hauptversammlung
11.11.2013	Eigenkapitalforum

Research in Q3 2013

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

Kursentwicklung der Hypoport-Aktie Januar bis September 2013
(Tagesschlusskurse, Börse Frankfurt)





Inhalt

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

Wachstum und Profitabilität

Ausblick für 2013ff

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 sowie der Eintritt in den Marktplatz abrundende Produkt- und Kundensegmente im Fokus.

Im Privatkundenbereich streben wir einen weiteren deutlichen Ausbau der Beraterzahlen im Filial- und Maklervertrieb, verbunden mit einer systematischen 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 2013 erwarten wir ein zweistelliges Umsatzwachstum und eine Rückkehr der Ertragswerte auf das Niveau der Rekordjahre.
Für 2014 erwarten wir ein zweistelliges Umsatz- und Ertragswachstum.**