




Hypoport verzeichnet starkes Umsatzwachstum

Geschäftszahlen zum 10. März 2014

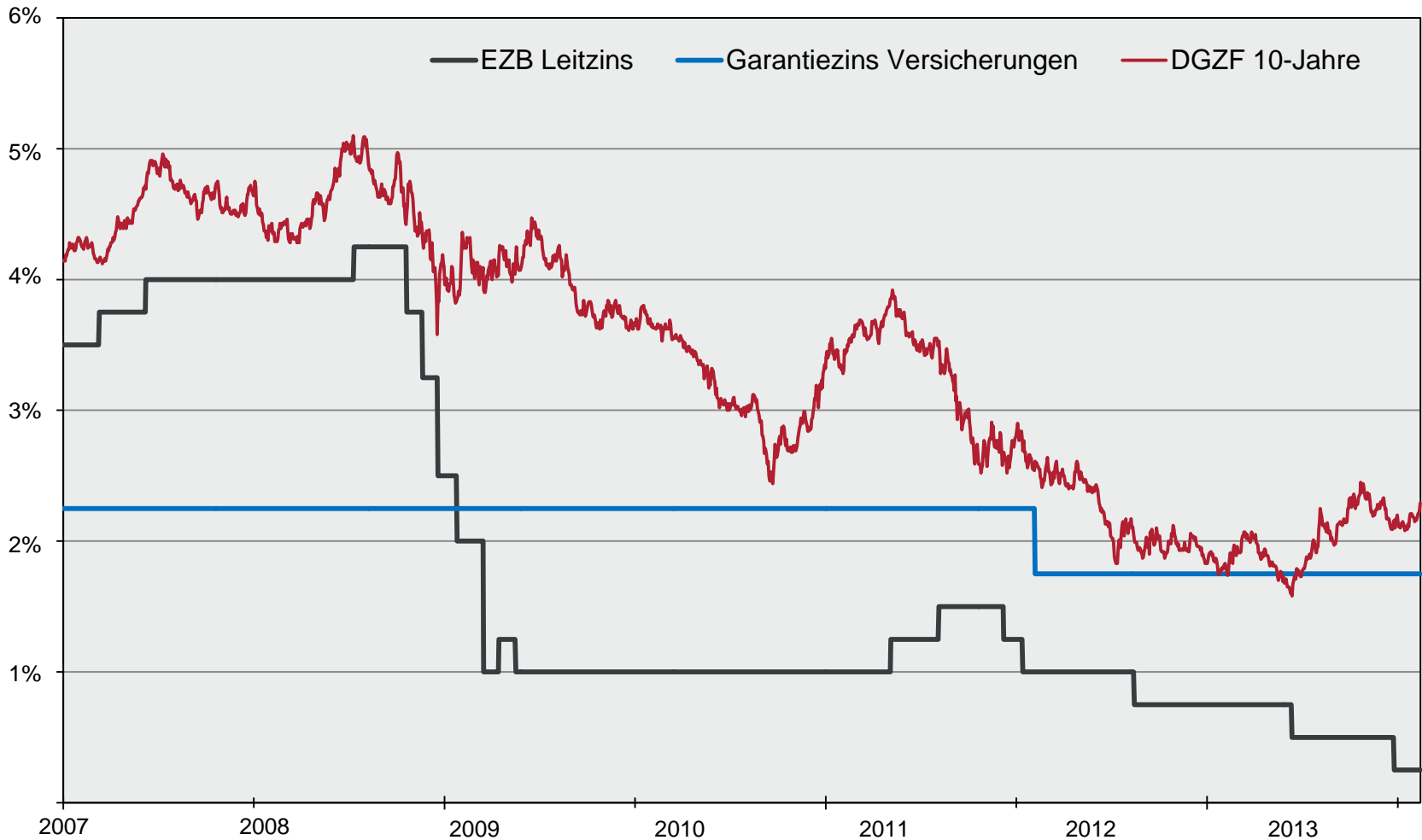


Inhalt

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

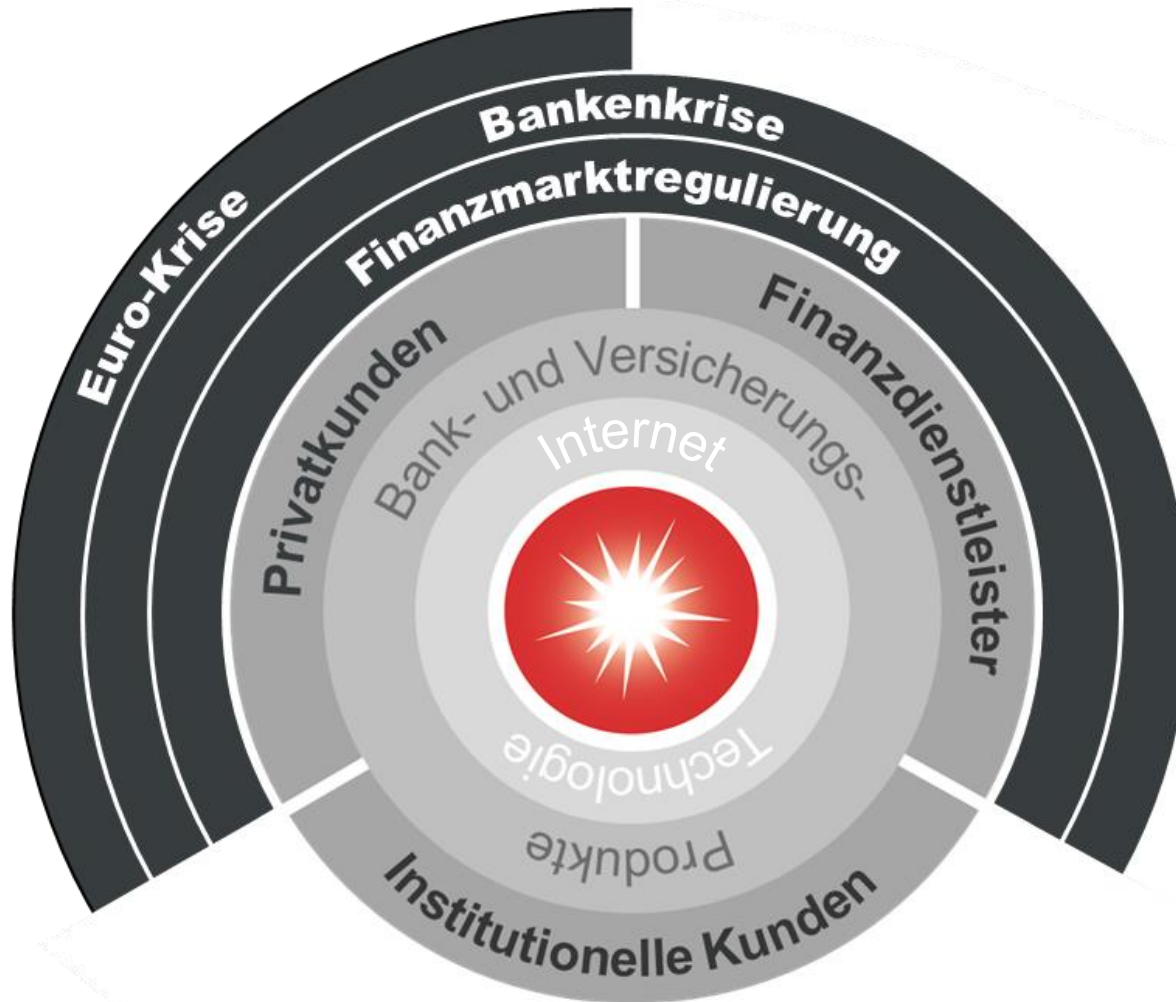
Niedriges, impulsloses Zinsniveau auf Jahressicht

Zinsentwicklung wichtiger Teilsegmente seit 2007



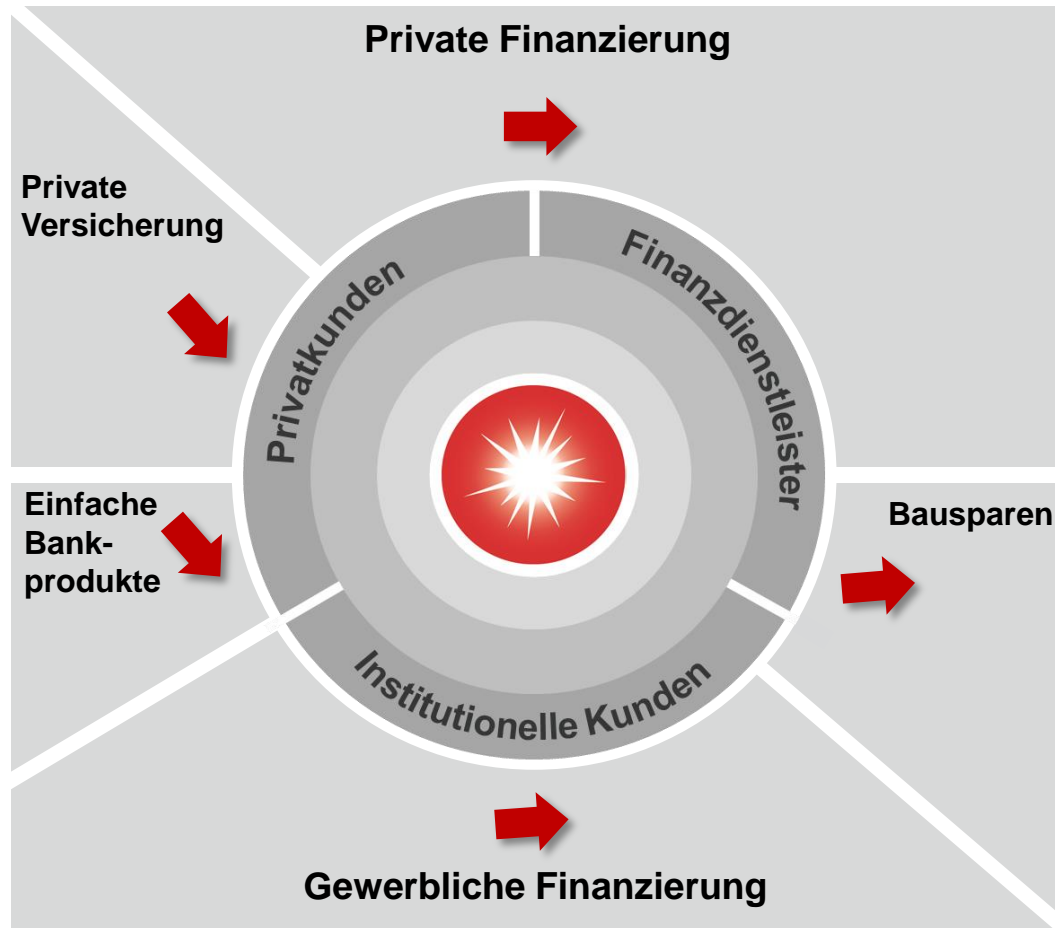
2 der 3 Geschäftsbereiche sind weiterhin vom aktuellen Krisenumfeld negativ betroffen

Auswirkungen des makroökonomischen Umfeldes auf die Geschäftsmodelle des Hypoport-Konzerns



Diversifizierte Geschäftsmodelle treffen auf differenziertes Umfeld

Entwicklung des Marktumfeldes im Vergleich zum Geschäftsjahr 2012





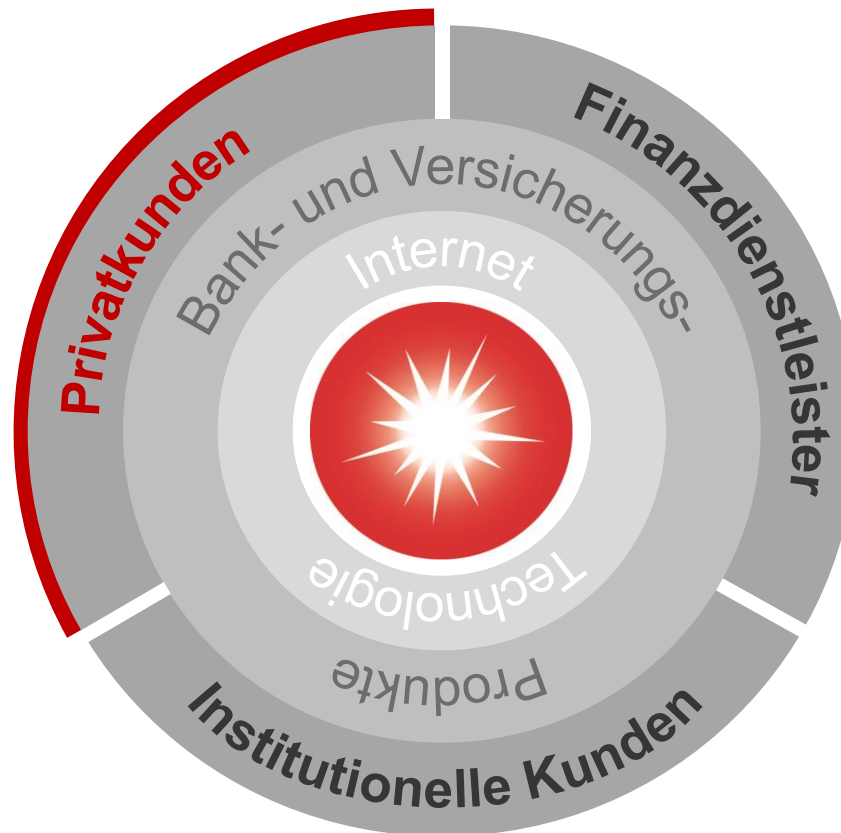
Inhalt

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



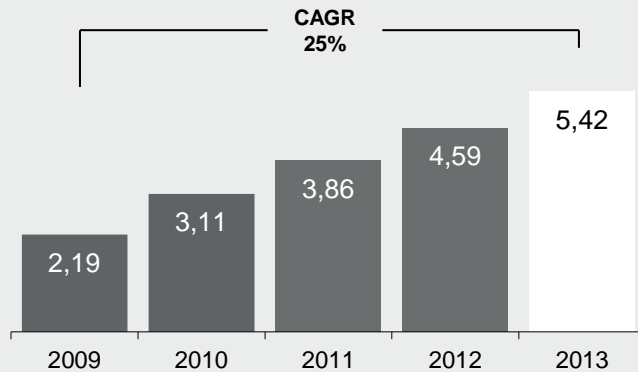
 **EUROPACE**

Starkes Wachstum der Transaktionsvolumina Immobilienfinanzierung und Bausparen

Kennzahlen des Produktsegments Finanzierung des Geschäftsbereichs Privatkunden

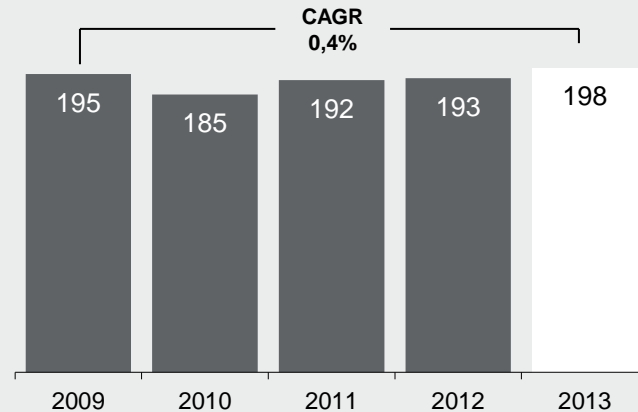
Transaktionsvolumen Finanzierungen

(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.

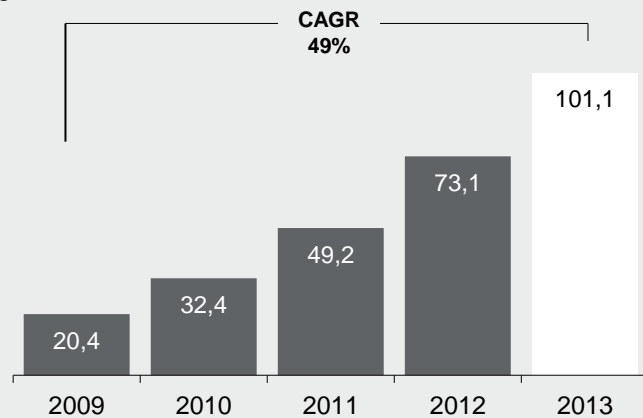
Das Transaktionsvolumen Ratenkredite liegt im wettbewerbsintensiven Marktumfeld mit 2 Prozent über Vorjahr.

Versicherungsneugeschäft von starken Marktveränderungen belastet

Kennzahlen des Produktsegments Versicherungen des Geschäftsbereichs Privatkunden

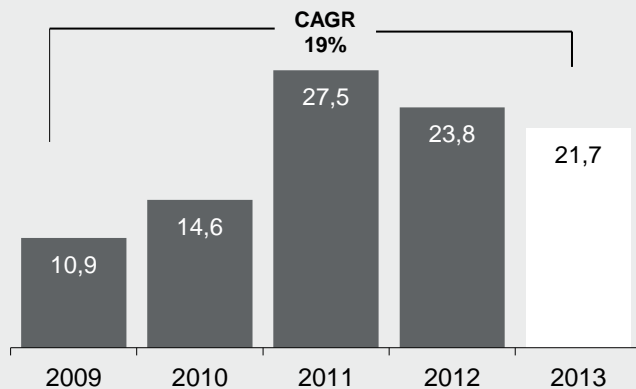
Versicherungsbestand: Jahresprämien in Mio. €

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



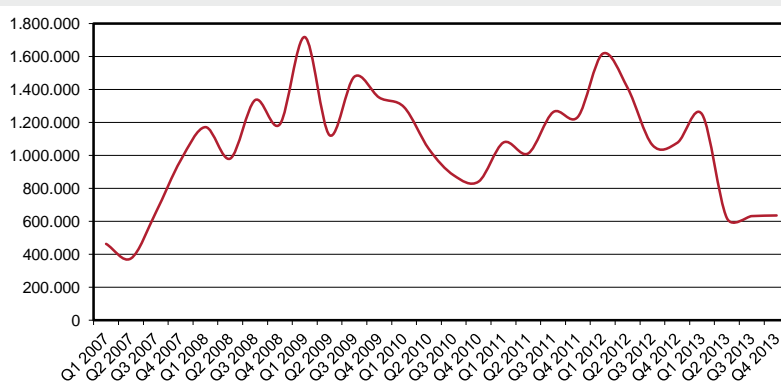
Rückgang der Leadanzahl um 39 Prozent auf 3,1 Mio.

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

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



Franchiseorganisation richtet Fokus auf qualitätsorientiertes Wachstum

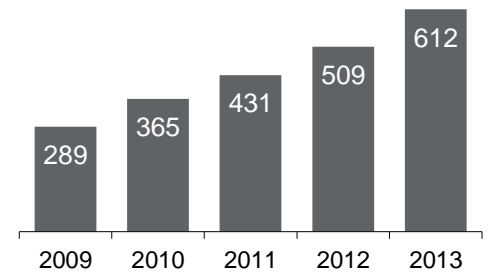
Leadgenerierung und Cross-channelling: Privatkunden



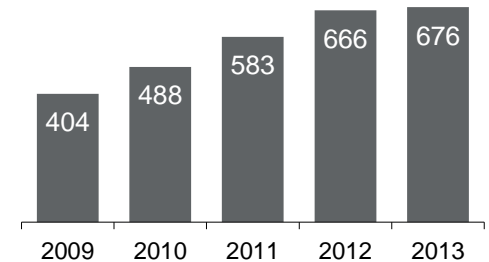
€ Lead Gebühr

€ Provision

Anzahl aktive Vermittler Filialvertrieb



Anzahl aktive Vermittler Maklervertrieb

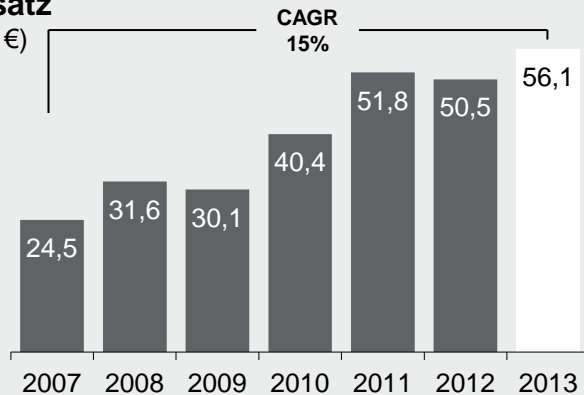


Geschäftsbereich durch Verwerfungen des Versicherungsmarktes belastet

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden

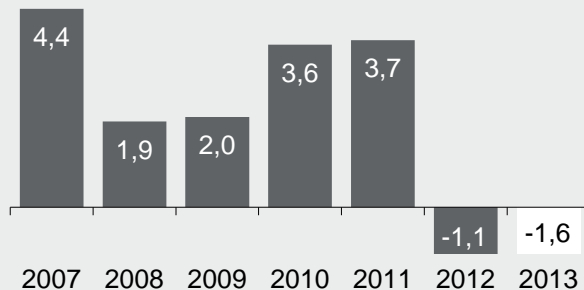
Umsatz

(Mio. €)



EBIT

(Mio. €)



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.

In 2014 Rückkehr in die Gewinnzone erwartet.

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Finanzdienstleister

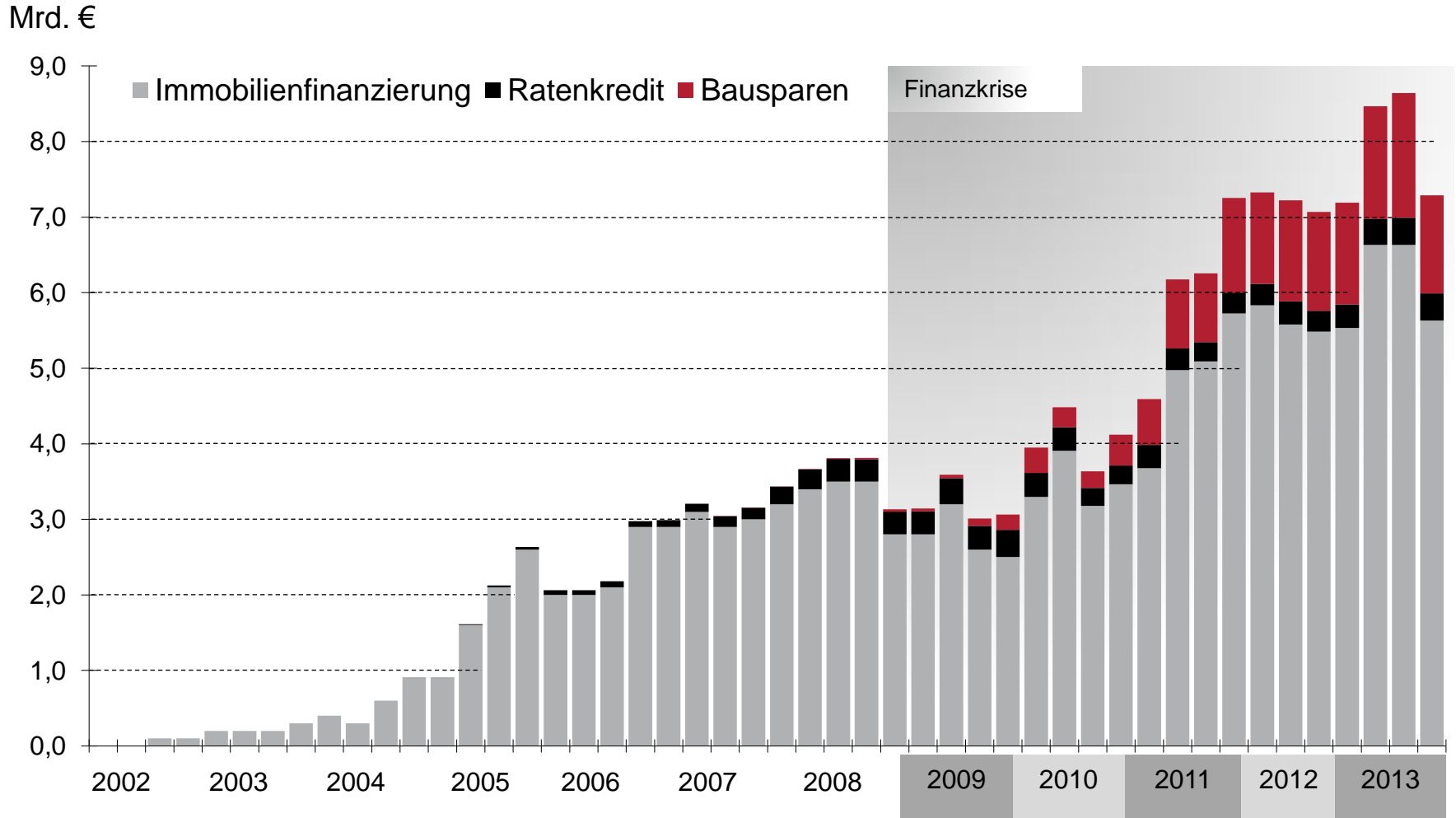
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



 **EUROPACE**

Über 30 Milliarden Euro Transaktionsvolumen in 2013

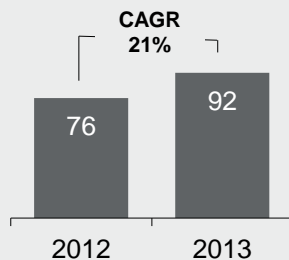
Transaktionsvolumen des EUROPACE-Marktplatzes



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.

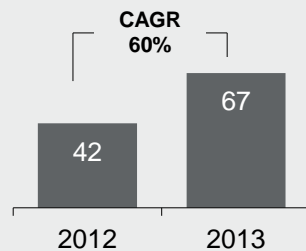
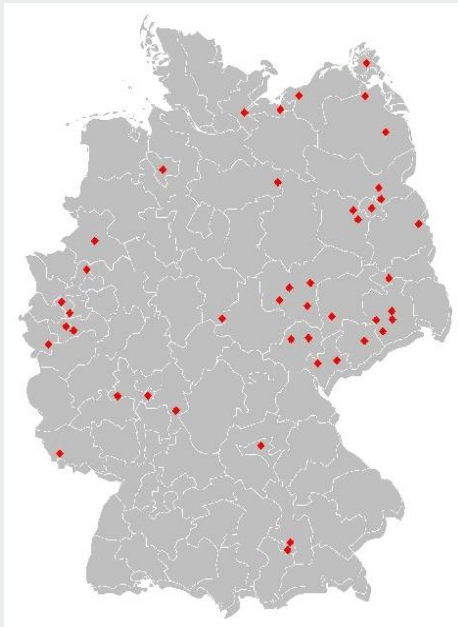
Zahlreiche neue Kooperationen in der Anbahnung. Neue Partner nehmen teilweise erst verzögert Geschäft auf.

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.

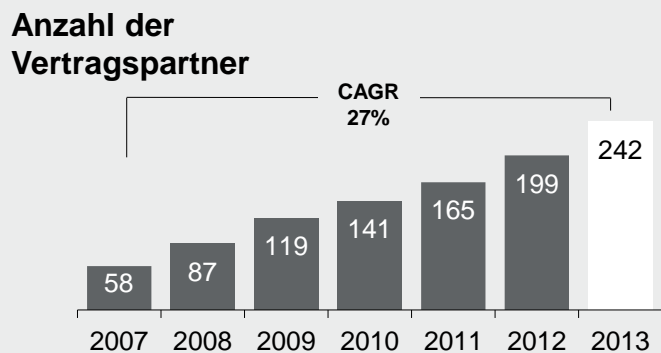
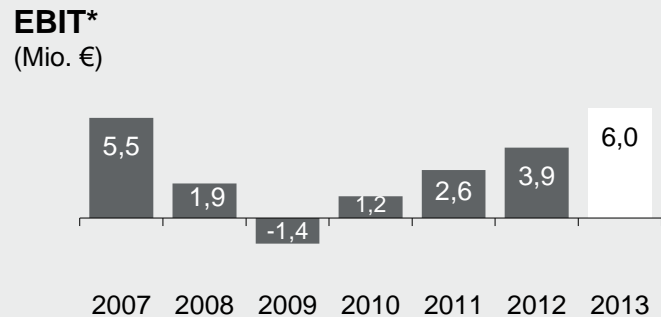
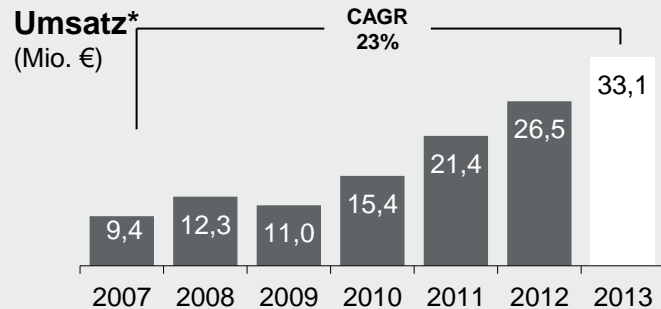
Nutzung der Vertriebsmöglichkeiten von FINMAS rückt für Sparkassen zunehmend in den Fokus.

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



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.

Dem Marktumfeld im vierten Quartal geschuldet, wurde die Erfolgsbilanz des Gesamtjahres im Schlussquartal leicht getrübt.

Konsequente inhaltliche Erweiterung der Plattformfunktionalitäten stärkt Integrationstiefe der Partner.

Erste Vertriebe beginnen Geschäft auf die neue Benutzeroberfläche zu verlagern.

* Aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden

DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN

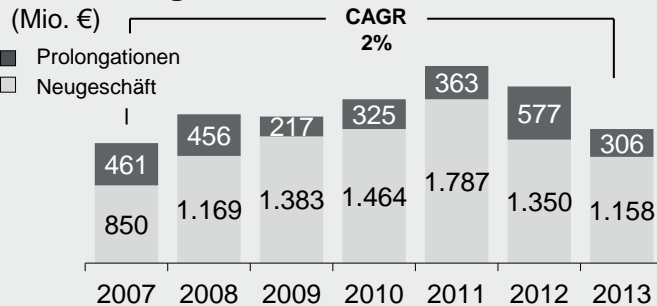


 **EUROPACE**

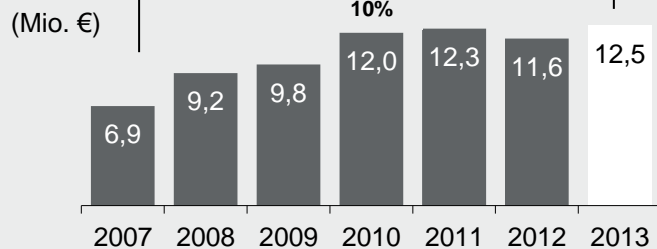
Geschäftsverlauf solide mit hervorragendem drittem Quartal

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Institutionelle Kunden

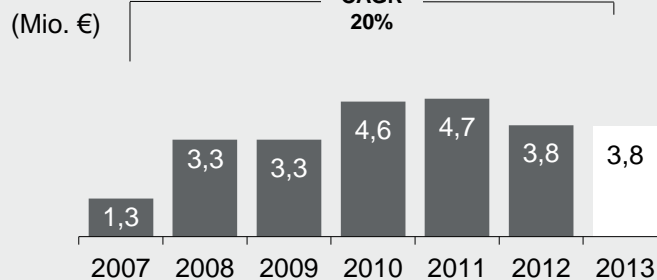
Vermittlungsvolumen



Umsatz



EBIT



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.



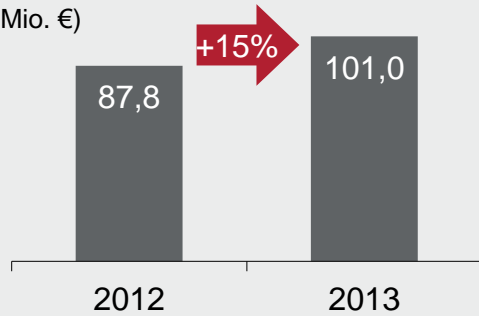
Inhalt

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

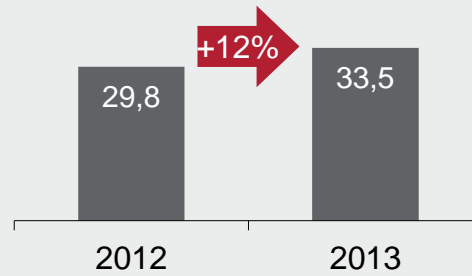
Wachstum führt zu Jahresumsatz von erstmals über 100 Mio. Euro

Kennzahlen des Hypoport-Konzerns zum 31. Dezember 2013 im Überblick

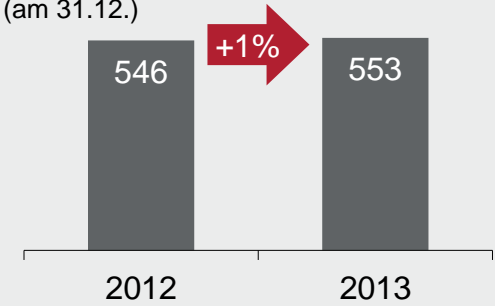
Umsatz*
(Mio. €)



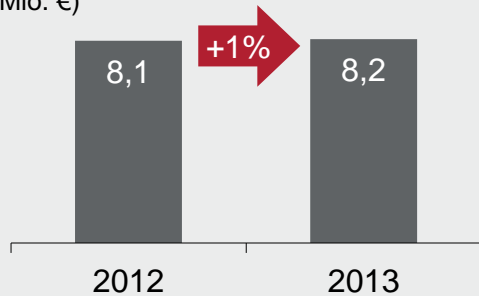
Eigenkapital
(Mio. €)



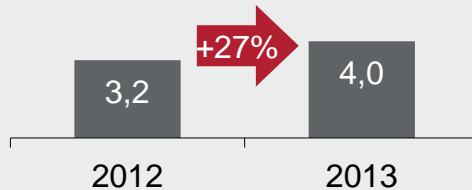
Anzahl der Mitarbeiter
(am 31.12.)



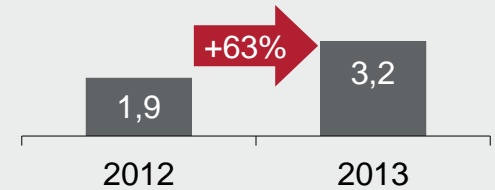
EBITDA*
(Mio. €)



EBIT*
(Mio. €)




Konzernergebnis*
(Mio. €)





Inhalt

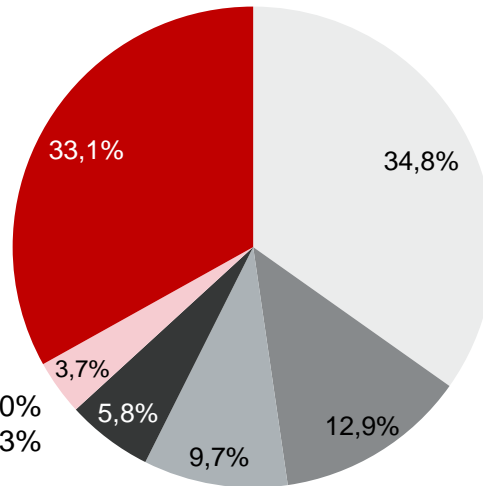
1. Marktumfeld
 2. Entwicklung der Geschäftsbereiche
 3. Kennzahlen im Überblick
 4. **Die Aktie**
 5. Ausblick
- 

Handelsvolumen und Aktienkurs weiter auf niedrigem Niveau

Kursverlauf 2013 und Aktionärsstruktur zum 31. Dezember 2013

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%
 - übrige 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

Aktivitäten für Investoren 2013

07.06.2013	Hauptversammlung
24.11.2013	Deutsches Eigenkapitalforum

Research im Jahr 2013


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
Montega	Kaufen	10,50 €	07.05.2013
CBS Research	Kaufen	11,00 €	06.05.2013
Montega	Halten	9,80 €	12.03.2013
CBS Research	Kaufen	11,90 €	12.03.2013
Montega	Halten	9,80 €	13.02.2013
Solventis	Kaufen	12,50 €	30.01.2013
Montega	Halten	9,80 €	28.01.2013

Kursentwicklung der Hypoport-Aktie Januar bis Dezember 2013 (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.