


Hypoport ist weiter auf Kurs

Zahlen zum ersten Halbjahr 2014

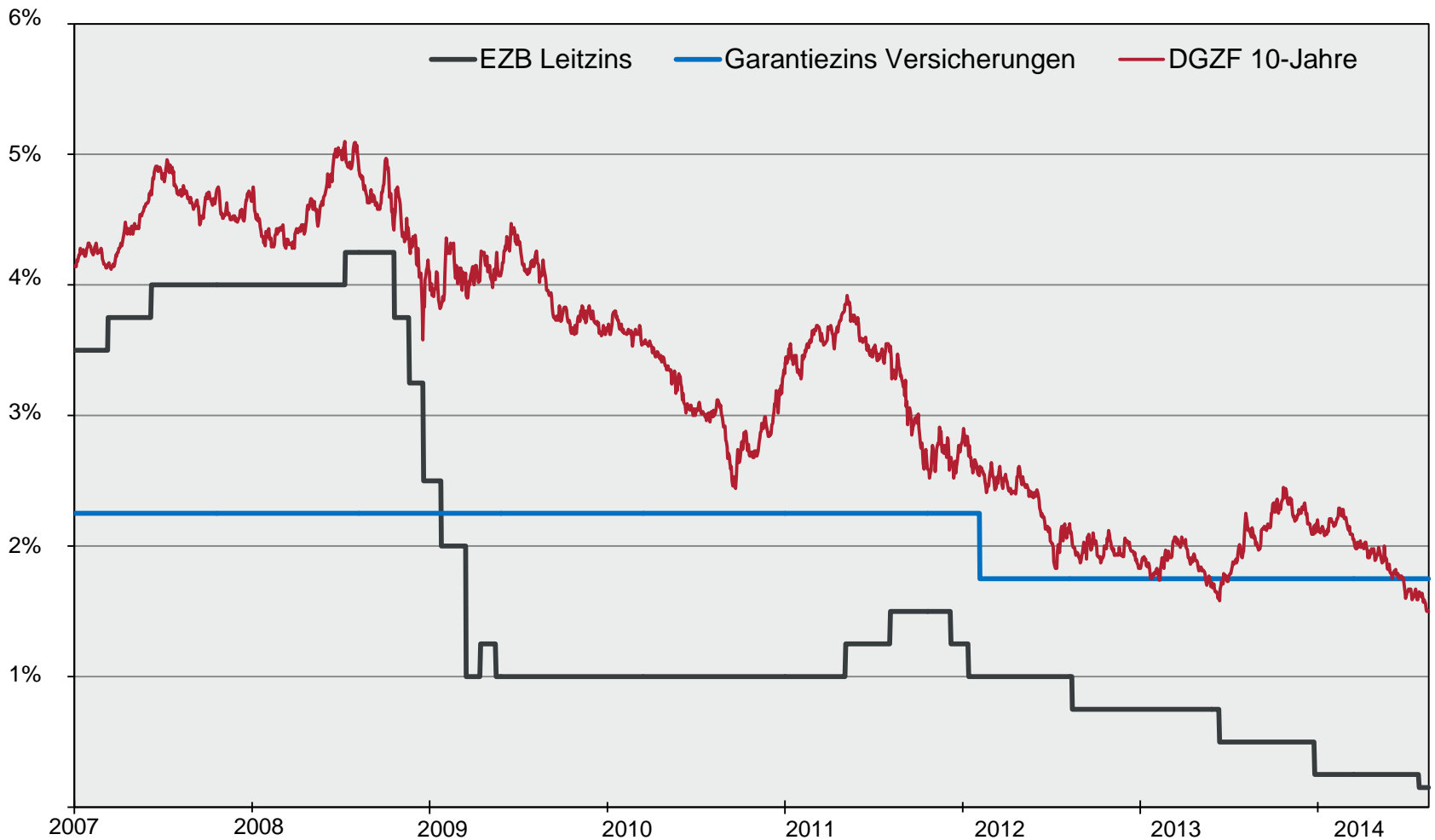


Inhalt

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

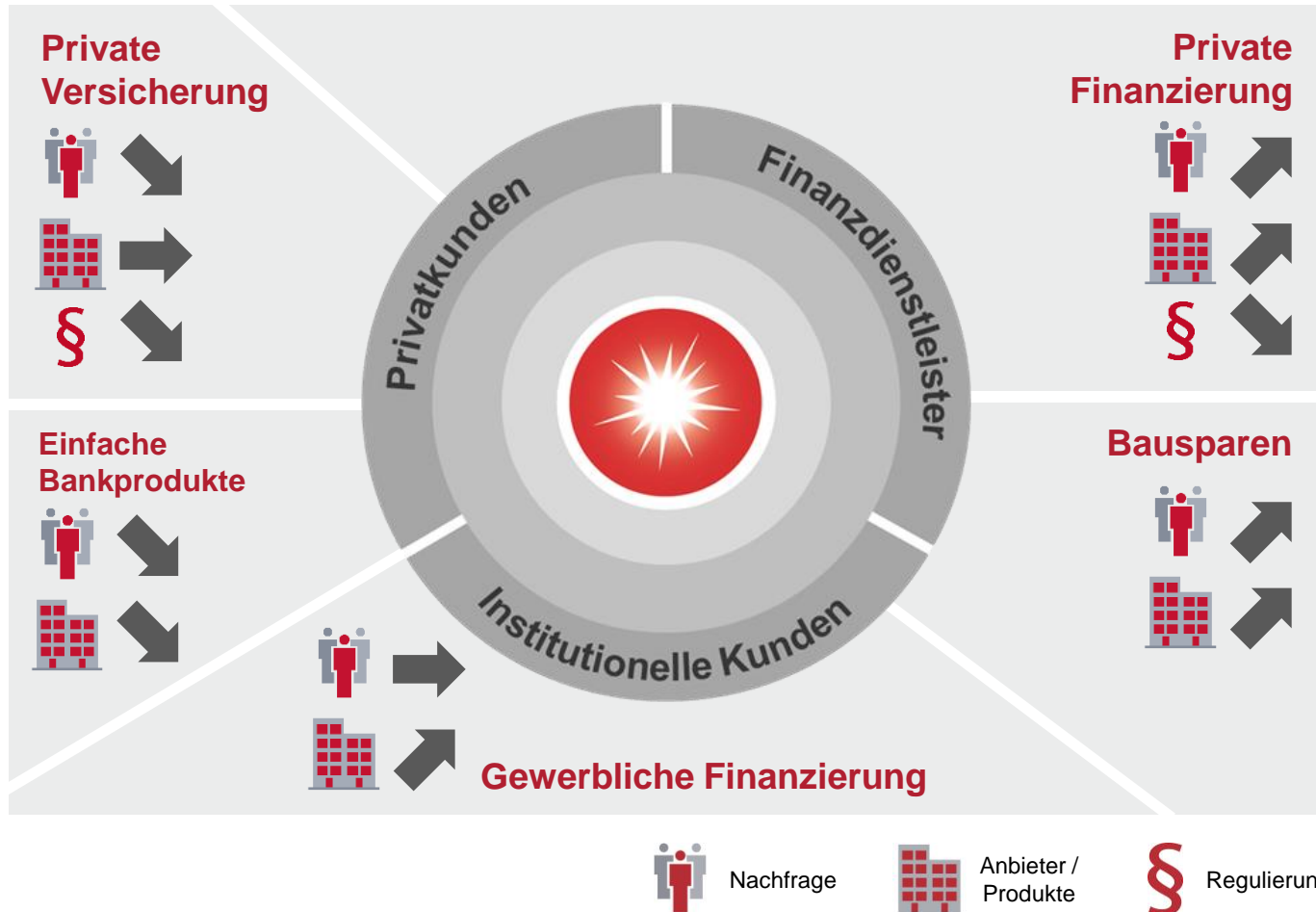
Zinsen in 2014 weiter auf niedrigem Niveau

Zinsentwicklung wichtiger Teilsegmente seit 2007



Auswirkungen des Marktumfeldes auf die Hypoport Geschäftsbereiche

Entwicklung des Marktumfeldes für die relevanten Finanzdienstleistungsprodukte



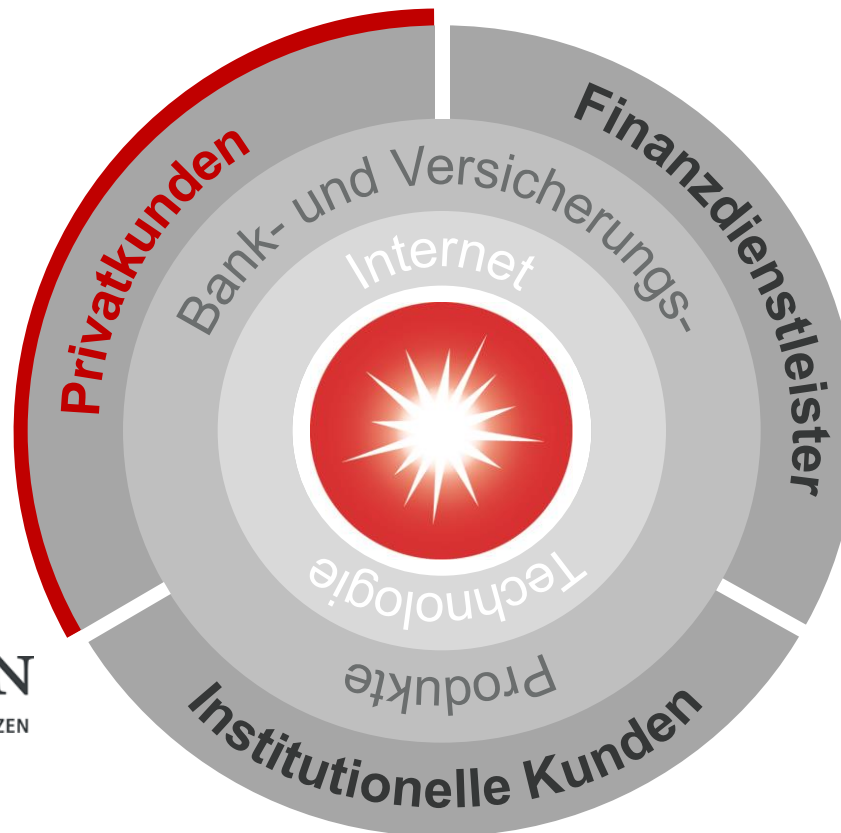


Inhalt

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

Geschäftsbereich Privatkunden

Vorstellung der Segmentergebnisse



DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN

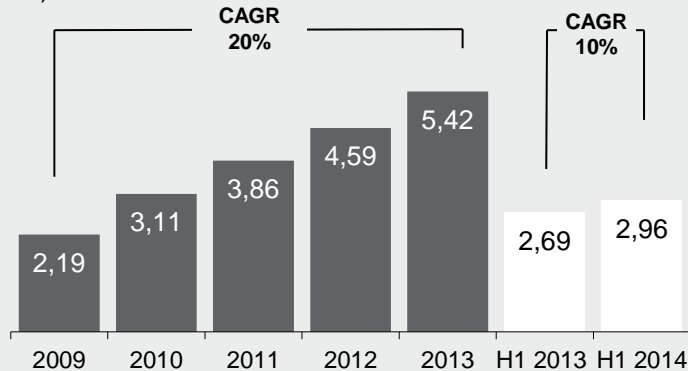
 **EUROPACE**

In der Finanzierung werden weiter Marktanteile gewonnen

Privatkunden: Transaktionsvolumen Finanzierung und Bundesbankzahlen

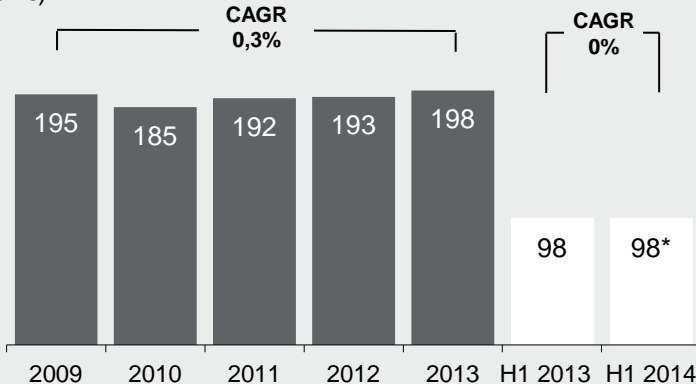
Transaktionsvolumen Finanzierungen Privatkunden

(Mrd. €)



Marktvolumen Private-Baufinanzierung

(Mrd. €)



Quelle: Bundesbank (* Juni 2014 geschätzt)

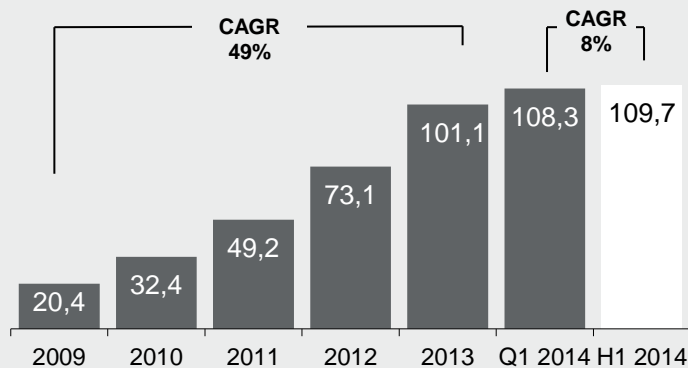
- Bausparen nimmt weiter an Bedeutung zu und Bauspar-Volumen steigt um 49 Prozent (yoy).
- Steigerung im Ratenkredit-Volumen um 16 Prozent (yoy) in wettbewerbsintensivem Marktumfeld.
- In der Immobilienfinanzierung steigt das Volumen um 9 Prozent (yoy). Bei stabilem Marktvolumen wurden weiter Marktanteile hinzugewonnen.
- Steigerung im Gesamtvolumen Finanzierungen um 10 Prozent (yoy).

Regulierung und niedrige Zinsen belasten Versicherungsneugeschäft

Privatkunden: Versicherungsbestand und Neugeschäft

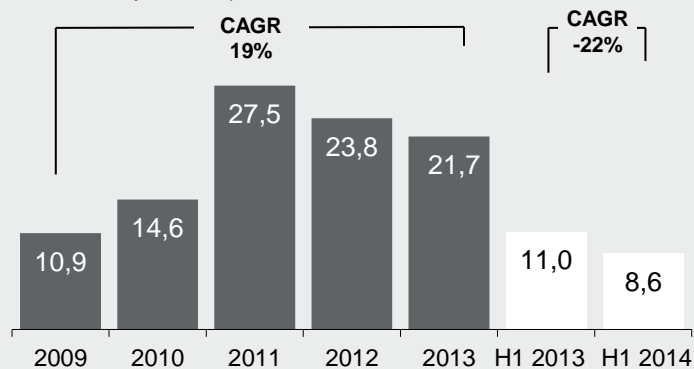
Versicherungsbestand

(Mio. €; Jahresprämien)



Versicherungsneugeschäft

(Mio. €; Jahresprämien)



- Der Versicherungsbestand wächst um 8 Prozent (yoy). Ein marktbedingter Rückgang von Neuabschlüssen bei gleichbleibend hohen Stornoquoten führt bei PKV zu Bestandsrückgang um 7 Prozent (yoy). Der LV-Bestand wächst um 9 Prozent (yoy) und Sachversicherungen um 38 Prozent (yoy).
- Das Neugeschäft von Kranken- und Lebensversicherungen bleiben aufgrund von weiteren Regulierungen und Niedrigzinsen unter Druck. PKV geht um 17 Prozent (yoy) und LV um 21 Prozent zurück (yoy).
- Durch das Lebensversicherungsreformgesetz – LVRG wird die Kapitallebensversicherung weiter an Attraktivität verlieren.

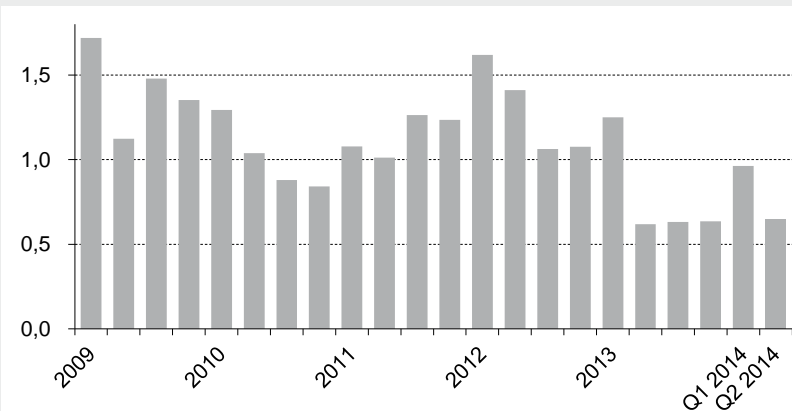
Hoher Wettbewerb in attraktiven Produktsegmenten

Privatkunden: Leads aus dem Onlinevertrieb



- Rückgang der Leadanzahl zum H1 2014 um 14 Prozent (yoy) auf 1,6 Mio.
- Schwaches Geschäft bei einfachen Geldanlageprodukten (z.B. Tagesgeld) durch die EZB-Politik des „billigen Geldes“. Die Banken haben deutlich weniger Bedarf an Kundeneinlagen.
- Steigende Onlinevertriebskosten aufgrund von intensivem Wettbewerb in attraktiven Produktsegmenten (z.B. Baufinanzierung oder Ratenkredite)
- Kostenintensiver Abbau der Abhängigkeit von einfachen Geldanlageprodukten durch den Ausbau von weiteren Produktparten geht voran.

Onlinevertrieb: Anzahl Leads pro Quartal (Mio.)



Das beste aus zwei Welten: Online Kundengewinnung und Vor-Ort-Beratung

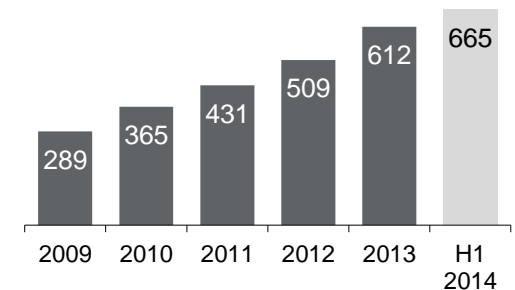
Privatkunden: Leadgenerierung, Cross-Channelling und Berater-Wachstum



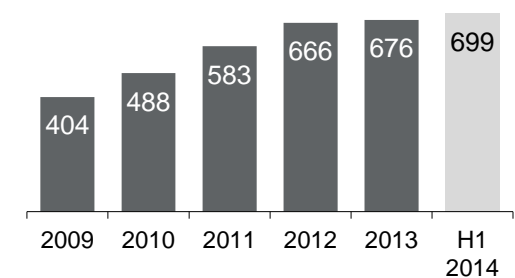
€ Lead Gebühr

€ Provision

Franchisevertrieb: Anzahl aktive Berater



Maklervertrieb: Anzahl aktive Berater

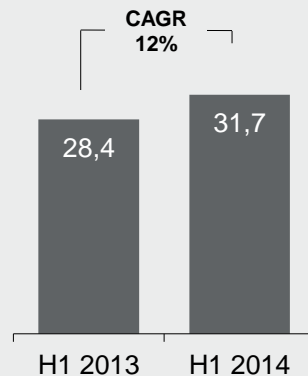


Ertragreich dank Wachstum in Finanzierungen und Neuausrichtung in Versicherungen

Privatkunden: Umsatz und Ertrag

Umsatz Privatkunden

(Mio. €)



EBIT Privatkunden

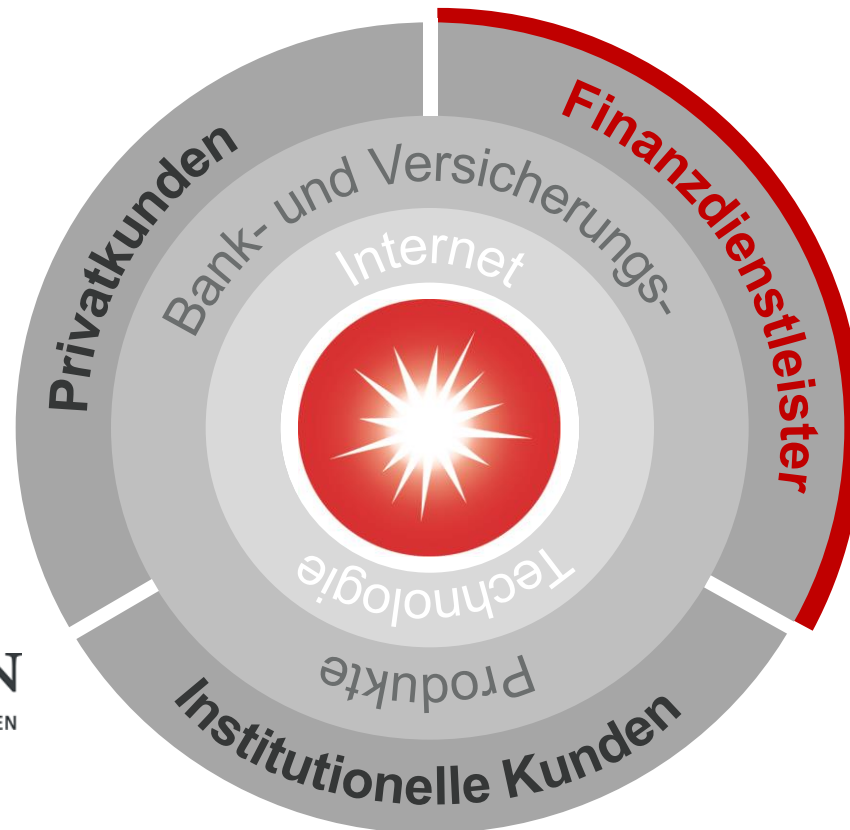
(Mio. €)



- Ausweitung der Marktanteile in der Finanzierung lässt Umsatz um 12 Prozent (yoy) wachsen.
- Die Sanierung des Versicherungsbereichs zeigt Wirkung. Weiter rückläufiges Neugeschäft in den Personenversicherungen aufgrund der Marktverwerfungen belastet weiter. Das Bestandswachstum geht voran.
- Einfache Geldanlageprodukte sind wegen des Niedrigzinsniveaus weiterhin unattraktiv. Der intensive Wettbewerb im Onlinemarkt drückt die Margen.
- Aufgrund gesteigerter Umsatzerlöse und der Kostensenkungen im Produktbereich Versicherungen erhöht sich das EBIT des Geschäftsbereichs Privatkunden deutlich.

Geschäftsbereich Finanzdienstleister

Vorstellung der Segmentergebnisse

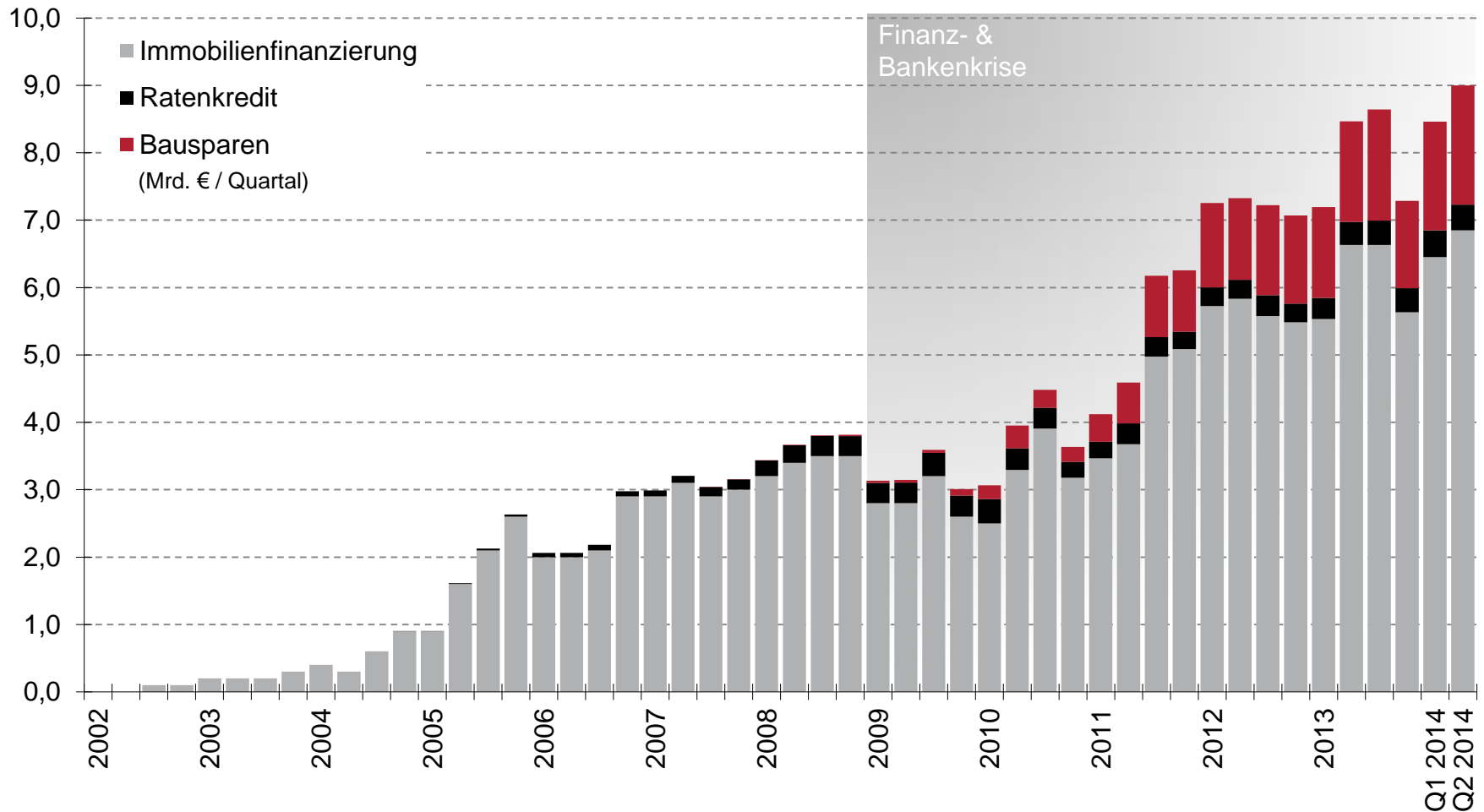


DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN

 **EUROPACE**

Mit 9 Mrd. Euro Transaktionsvolumen das beste Quartal aller Zeiten

Finanzdienstleister: Transaktionsvolumen EUROPACE-Marktplatz

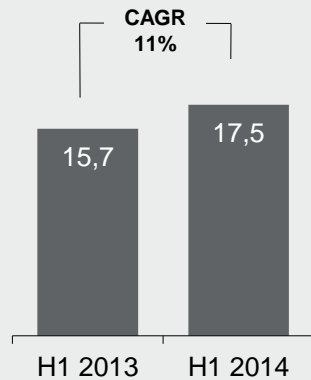


Der EUROPACE Marktplatz gewinnt weiter Marktanteile

Finanzdienstleister: Transaktionsvolumen und Partneranzahl

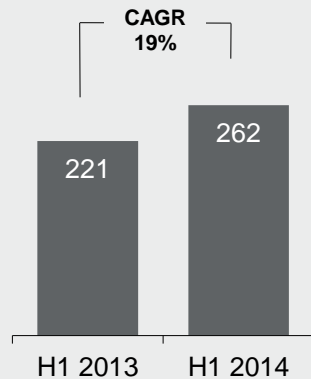
Transaktionsvolumen

(Mrd. €)



Vertragspartner

(Anzahl)



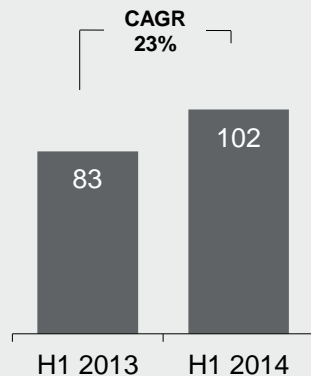
- Deutliches Wachstum im Transaktionsvolumen um 11,4 Prozent (yoy) auf 17,5 Mrd. Euro.
- Immobilienfinanzierung weiter volumenstärkstes Produkt auf EUROPACE. Das Transaktionsvolumen stieg um 9,3 Prozent (yoy) auf 13,3 Mrd. Euro.
- Das vermittelte Bausparvolumen wurde deutlich um 19,1 Prozent (yoy) auf 3,38 Mrd. Euro gesteigert. Bausparprodukte werden in der Niedrigzinsphase zur Zinsabsicherung genutzt.
- Durch die Kooperation mit der Commerzbank sind alle relevanten Großbanken auf EUROPACE vertreten. Weiteres Wachstum der Partnerzahl vor allem durch FINMAS und GENOPACE.

GENOPACE und FINMAS wachsen weiter kräftig

Finanzdienstleister: Partneranzahl von FINMAS und GENOPACE

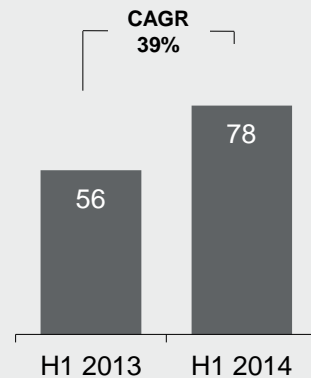
GENOPACE Vertragspartner

(Anzahl)



FINMAS Vertragspartner

(Anzahl)



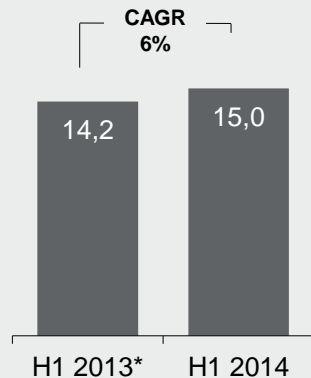
- GENOPACE: Mit einem Wachstum von 23% Prozent (yoy) ist die Schwelle von 100 Partnern überschritten.
- GENOPACE: 13 der Top-25 Volks- und Raiffeisenbanken sind Vertragspartner.
- FINMAS: Mit 78 Sparkassen zum H1 2014 wächst die Partnerzahl um 39 Prozent (yoy).
- FINMAS: Nutzung der Vertriebsmöglichkeiten rückt für Sparkassen zunehmend in den Fokus.
- Hohe Investitionen durch weiterhin langen Saleszyklus bei Partnergewinnung und Nutzungsintensivierung.

EUROPACE ist weiterhin auf Kurs

Finanzdienstleister: Umsatz und Ertrag

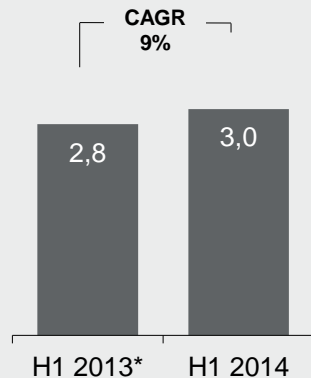
Umsatz Finanzdienstleister

(Mio. €)



EBIT Finanzdienstleister

(Mio. €)

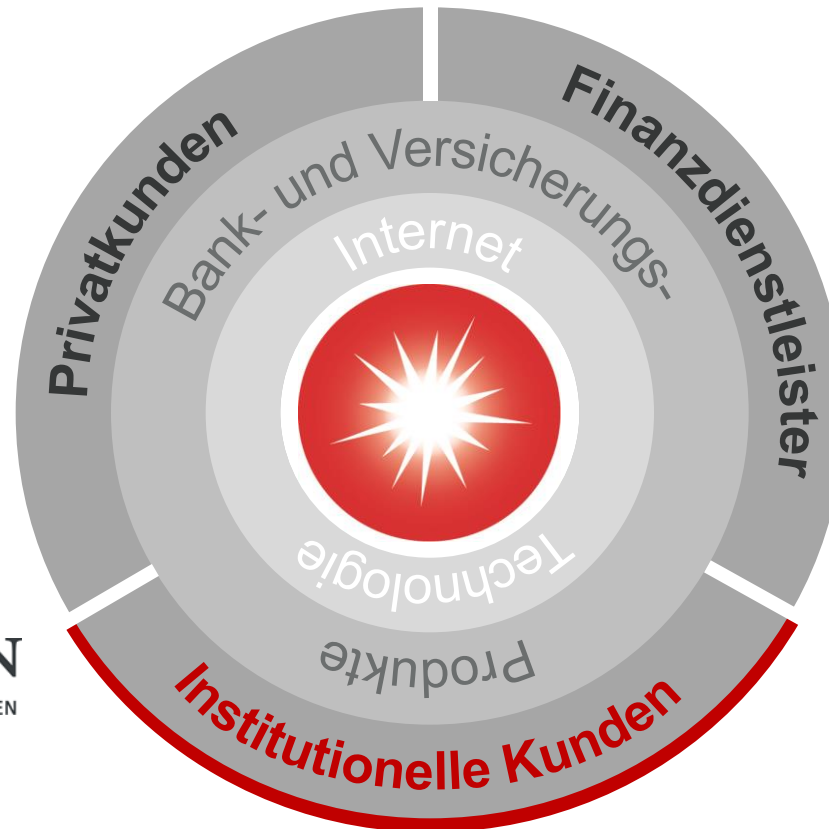


- Durch eine Sonderaktion eines Produktpartners im Packagergeschäft im Vorjahresquartal ist der Q2-Umsatz im Jahresvergleich um 6,9 Prozent (yoy) auf 7,51 Mio. € zurückgegangen.
- Deshalb bei Steigerung des Transaktionsvolumens um 11 Prozent (yoy) eine unterproportionaler Anstieg der Umsatzerlöse um 6 Prozent auf 15 Mio. Euro (yoy).
- Das EBIT ist insbesondere im zweiten Quartal 2014 durch hohe Aufwendungen für Anpassungen der Plattform aufgrund regulatorischer Anforderungen (z.B. Verbraucherrechterichtlinie) belastet.

* Vorjahreswerte angepasst

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden

Vorstellung der Segmentergebnisse



DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN

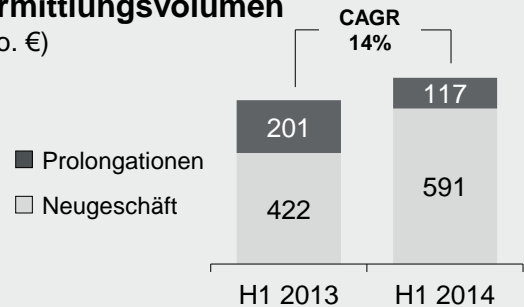
 **EUROPACE**

Zweistelliges Wachstum im ersten Halbjahr 2014

Institutionelle Kunden: Vermittlungsvolumen, Umsatz und EBIT

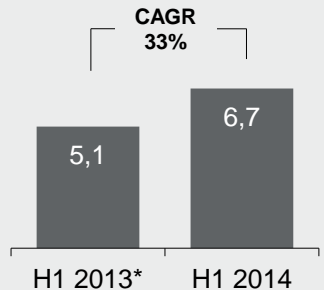
Vermittlungsvolumen

(Mio. €)



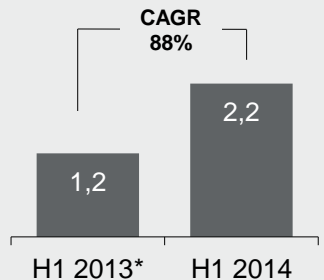
Umsatz

(Mio. €)



EBIT

(Mio. €)



* Vorjahreswerte angepasst

- Erfolgreicher Geschäftsverlauf mit Steigerung im Vermittlungsvolumen um 14 Prozent (yoy).
- Der Umsatz wächst mit 33 Prozent (yoy) überproportional zum Volumen aufgrund von niedrigmarginigem Kommunal-kreditgeschäftes im Vorjahreshalbjahr.
- Abwartende Haltung der Geschäftskunden aufgrund des impulslosen Zinsumfeldes führt zu schwächerem Umsatzwachstum im zweiten Quartal von 10 Prozent (yoy).
- Aufbau neuer Produktbereiche erhöht Kostenniveau.



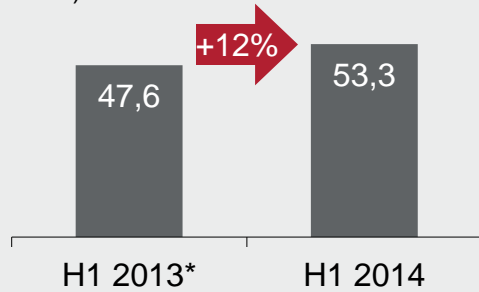
Inhalt

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

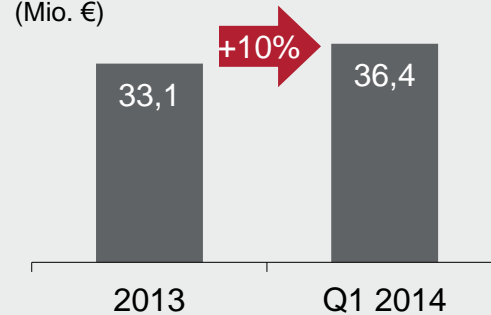
Hypoport ist weiter auf Kurs

Kennzahlen des Hypoport-Konzerns zum 30. Juni 2014 im Überblick

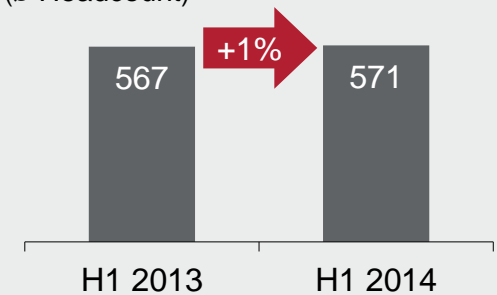
Umsatz
(Mio. €)



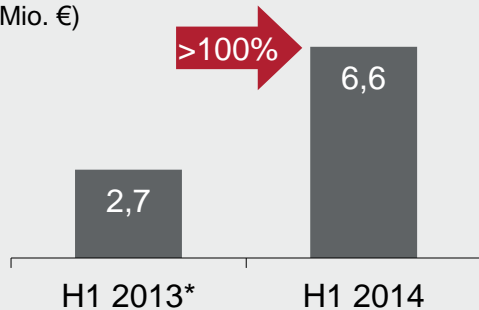
Eigenkapital
(Mio. €)



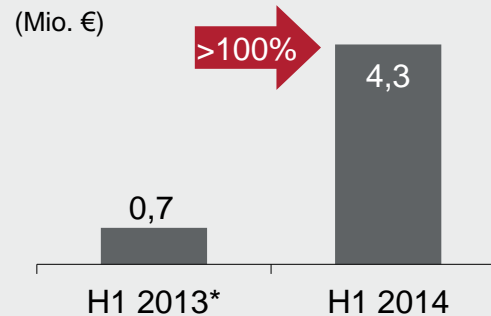
Anzahl der Mitarbeiter
(Ø Headcount)



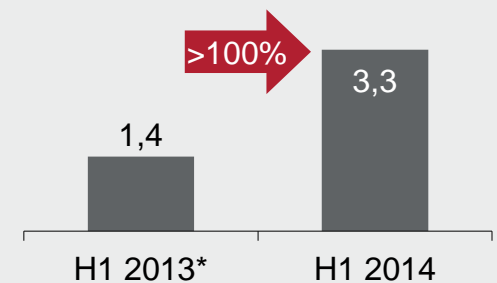
EBITDA
(Mio. €)



EBIT
(Mio. €)




Konzernergebnis
(Mio. €)



* Vorjahreswerte angepasst



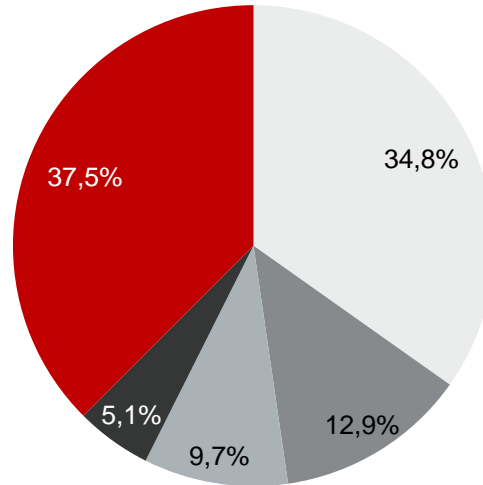
Inhalt

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

Aktienkurs folgt dem erfolgreichen Jahresauftakt

Kursverlauf und Aktionärsstruktur zum 30. Juni 2014

- Revenia GmbH (Ronald Slabke, CEO) 34,8%
- Kretschmar Familienstiftung 12,9%
- Deutsche Postbank AG 9,7%
- Sparta AG 5,1%
- Streubesitz, davon
 - Deutsche Balaton AG 3,7%
 - Stephan Gawarecki 3,0%
 - Hans Peter Trampe 2,3%
 - weitere Organmitglieder 3,4%



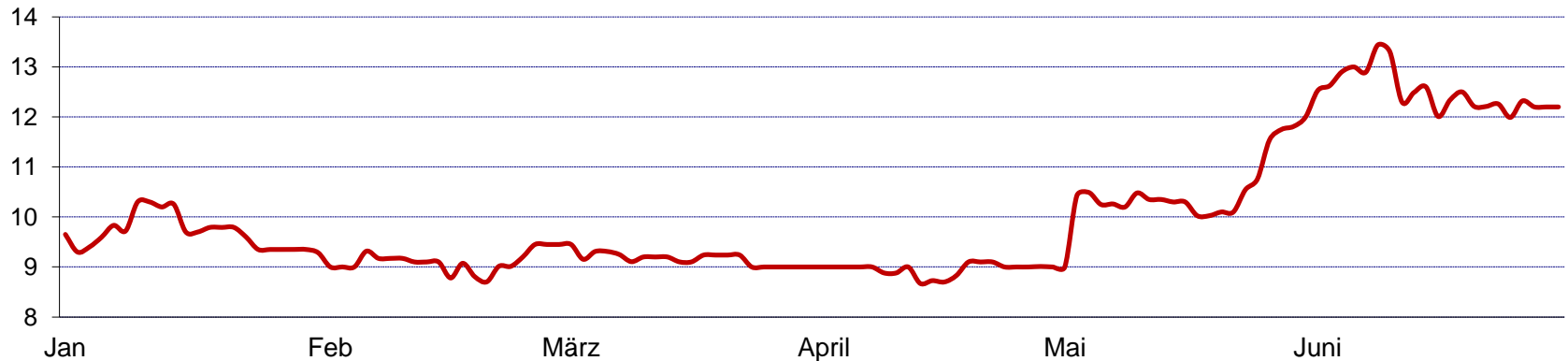
Grunddaten zur Aktie

ISIN	DE 000 549 3365
Börsenkürzel	HYQ
Marktsegment	Regulierter Markt
Transparenzlevel	Prime Standard
Anzahl Aktien	6.194.958

Research

Analysten	Empfehlung	Kursziel	Datum
Montega	Halten	13,00 €	11.06.2014
CBS Research	Kaufen	17,00 €	05.05.2014

Kursentwicklung der Hypoport-Aktie (Tagesschlusskurse, Xetra, Euro)





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.

Im Bereich Finanzdienstleister steht die weitere Steigerung der Durchdringung von Marktsegmenten mit unserer Plattform 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.