

Zwischenbericht zum 30. September 2007



Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick
2. Geschäftsmodell und ausgewählte Geschäftsbereiche
3. Vorstellung der Strategie
4. Marktentwicklung
5. Highlights für Investoren

Hypoport ist der am stärksten wachsende Finanzvertrieb im Prime Standard

Kennzahlen der Hypoport AG zum 30. September 2007

in T€	9M 2007	9M 2006	Wachstum
Umsatz	29.240	16.777	74%
Gesamtleistung	31.531	18.613	69%
EBITDA	6.403	2.164	196%
EBIT	4.356	876	397%
Ergebnis nach Steuern	3.675	1.306	181%

Trotz leichtem Nachfragerückgang auch starkes Wachstum in Q3

Kennzahlen des 3. Quartals der Hypoport AG

in T€	Q3 2007	Q3 2006	CAGR
Umsatz	10.218	6.876	49%
Gesamtleistung	10.984	7.628	44%
EBITDA	1.801	1.340	34%
EBIT	1.106	883	25%
Ergebnis nach Steuern	1.384	618	124%

Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick
2. Geschäftsmodell und ausgewählte Geschäftsbereiche
3. Vorstellung der Strategie
4. Marktentwicklung
5. Highlights für Investoren

Hypoport ist der internetbasierte Finanzdienstleister

Zwei Unternehmensteile, vier Geschäftsbereiche



Allfinanzvertrieb

DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN

B2B-Finanzmarktplätze

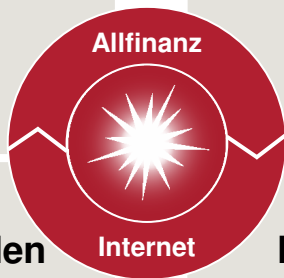
EUROPACE

Privatkunden

Finanzdienstleister

Immobilienfirmenkunden

Institutionelle Kunden



Privatkundengeschäft basiert auf Lead-Generierung im Internet

Generierung von Leads bei Dr. Klein

Google Web Bilder Groups News Produkte Mehr x

Suche: [Erweiterte Suche](#)
[Einstellungen](#)

Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus Deutschland

Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 19.500.000 für **ratenkredit** (0,05 Sekunden)

Ratenkredit ab 3,45% eff.
www.ratenkredit-testsieger.de Testsieger online abfragen - mit **Ratenkredit** Vergleich sparen!

Postbank - Ratenkredit
www.postbank.de Anonyme Berechnung und schnelle Auszahlung. Online Sofortzusage!

Ratenkredit Online
www.easyCredit.de/Ratenkredite easyCredit: Sofortzusage in 30 Sek - keine Sicherheiten nötig!

Kredit-Magazin.de - Ratenkredit Vergleich und Informationen
Mit Kredit Magazin finden Sie einfach und direkt den richtigen **Ratenkredit**. Bequem über das Internet und zu besonders attraktiven Zinssätzen. ...
www.kredit-magazin.com/ratenkredit.htm - 41k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Ratenkredit zu günstigen Konditionen - individuelle Ratenkredite ...
Ermitteln Sie den individuellen günstigen **Ratenkredit** für Ihre ganz persönlichen Wünsche!
www.drklein.de/ratenkredit.html - 26k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

forum.de | Vergleich - Ratenkredit, Kredit, Finanzierung Darlehen ...
Vergleich - Ratenkredit, Kredit, Finanzierung Darlehen im Vergleich.
www.forum.de/kredit - 36k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Privatkredit und Ratenkredit
Privatkredit und **Ratenkredit** - Ihr günstiger Privatkredit. Jetzt einfach online berechnen. Tipps und Ratgeber zum Thema.
www.immobilienscout24.de/finanzen/ratenkredit/index.jsp - 32k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Ratenkredit ab 3,45%
Ratenkredit: niedrige Zinsen. Der aktuellste Kredit-Vergleich. Vergleich.de/Ratenkredit

Ab 4,49% - Ratenkredit
Spezialist für den **Ratenkredit** - Ab 4,49% effekt. Jahreszins.
www.creditplusbank.de

4 mal bester Ratenkredit
Testsieger-**Ratenkredit** ab 3,85% Ein Antrag, alle Anbieter. Gratis. DrKlein.de/RatenKredit

Kredit ab 3,85% effektiv
Wünsche schneller realisieren, einfach & günstig im Internet.
www.credit-europe.de

fortis Ratenkredit
flexibler Kredit ab 4,49% eff. erhöhe & Laufzeit frei wählbar!
www.fortiscredit4me.de/Ratenkredit

edrigzins-Ratenkredit

Suchmaschinen-optimierung

Keyword Brokering

DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN

Suche

Finanzierung | Versicherungen | Geldanlage | Wohnungswirtschaft

Kfz Versicherung | Krankenversicherung | Altersvorsorge | Risikoversorge | Haus & Wohnen | Haftpflicht | Rechtsschutz | Newsletter

Private Krankenversicherung | Private Krankenversicherung Vergleich | Auslandskrankenversicherung | Zusatzversicherung

Ratgeber | FAQs

DIE PASSENDE KRANKENVERSICHERUNG FÜR JEDEN.

Ihr persönliches Krankenversicherungsangebot

Haben Sie Fragen zur privaten Krankenversicherung? Oder wünschen Sie Hilfe beim Ausfüllen des Formulars? Rufen Sie uns an!
Mo. bis Fr. - 9 bis 20 Uhr
☎ 0451 - 1408 555

Sie können auch gerne kostenlos [Angebotsservice](#) nutzen

Angebot bearbeiten

Leistungsdaten | Persönliche Daten | Kontaktdaten

Berufsgruppe

Kinder

Familienstand

Anrede

Vorname

Bitte einen Vornamen eingeben

Nachname

Bitte einen Nachnamen eingeben

Geburtsdatum

Bitte geben Sie Ihr Geburtsdatum an

Straße und Hausnummer

Berufsstatus*

Familienstand*

Anzahl der Kinder*

Ihre Anfrage leiten wir an einen unsere externen Partner (Versicherungsmakler und Mehrfachagenten) in Ihrer Nähe weiter.

Unsere Partner setzen sich mit Ihnen telefonisch in Verbindung und beraten Sie gerne kostenlos und unverbindlich. Bitte beachten Sie, dass eine Bearbeitung Ihrer Anfrage nur möglich ist, wenn Sie uns eine korrekte Telefonnummer angeben.

Lead

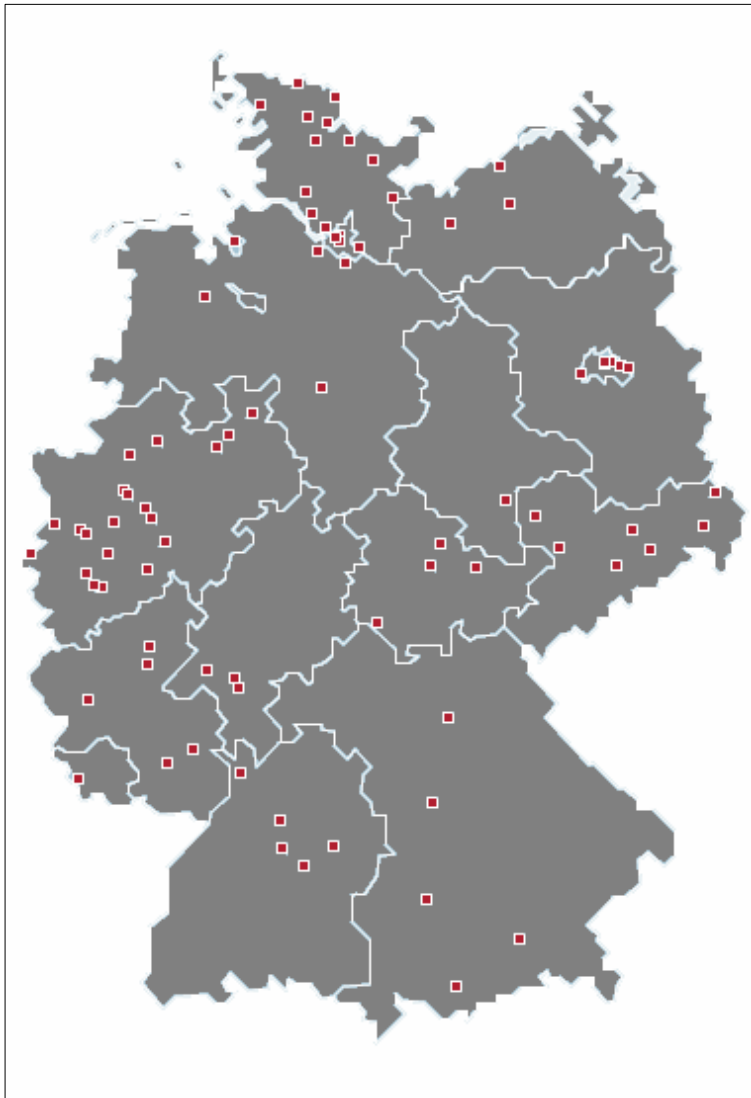
Leads werden nach Kundenwunsch in Vertriebskanälen bearbeitet

Lead-Bearbeitung und Cross-Channeling Privatkunden



Vertriebskraft wurde ausgebaut

Filialnetz von Dr. Klein vor Ort



Entwicklung Vertriebskraft	01.01. – 30.09.2007	01.01. – 30.09.2006
Mitarbeiter im Telefonvertrieb	41	39
Berater im Filialvertrieb	53	16
Filialen von Franchisenehmern	80	76
Unabhängige Finanzberater im Maklervertrieb	1.206	831

Testsiege durch gute Konditionen und hohe Beratungsqualität

Ausgewählte Rankings und Testsiegel von Dr. Klein



Umsatz mit Privatkunden von 10,4 Mio. € auf 16,6 Mio. € gewachsen (9M)

Entwicklung im Geschäftsbereich Privatkunden

Immobilienfinanzierung GB Privatkunden	01.01.–30.09.2007 TEUR	01.01.–30.09.2006 TEUR	01.07.–30.09.2007 TEUR	01.07.–30.09.2006 TEUR
Anzahl Abschlüsse	7.622	6.466	2.285	2.147
Abschlussvolumen (Mio. €)	1.241	1.013	392	341
Umsatzerlöse (Mio. €)	9,82	6,55	3,13	2,67
Marge (%)	0,79	0,65	0,85	0,78

Sonstige Finanzdienstleistungsprodukte GB Privatkunden	01.01.–30.09.2007 TEUR	01.01.–30.09.2006 TEUR	01.07.–30.09.2007 TEUR	01.07.–30.09.2006 TEUR
Anzahl Abschlüsse	3.875	1.937	1.705	781
Umsatzerlöse (Mio. €)	6,82	3,82	2,94	1,91

Geschäftsbereich Finanzdienstleister integriert Branche mit B2B

Transaktionsplattform Europace

Vertriebsorganisationen

DR. KLEIN
 DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN
HYPOTHEKENBÖRSE
Deutscher Ring
 Bausparkasse AG
creditweb
 Wir finanzieren einfach.
ACCEDO AG
Bonnfinanz MLP
DSL|Bank **AWD**
 Ihr unabhängiger Finanzpartner
CONCORDIA
 Service-GmbH
VOLKSWOHL BUND
 VERSICHERUNGEN
r/d/s **SEB**



Produktanbieter

Postbank
ING DiBa
DKB Deutsche Kreditbank AG
Deutsche Bank
GMAC RFC
BW Bank
Westdeutsche ImmobilienBank
helvetia
BHWA
 Der Baufinanzierer der Postbank

Einige Partner verwenden Europace bereits **ausschließlich** zur Abwicklung von Immobilienfinanzierungen

Europace-Partner bündeln hohes Transaktionsvolumen

Entwicklung des Transaktionsvolumens und des Umsatzes im Geschäftsbereich Finanzdienstleister

Finanzdienstleister

Entwicklung Transaktionsvolumina auf EUROPACE

Transaktionsvolumen pro Quartal in Mio. €



Europace GB Finanzdienstleister	01.01. – 30.09.2007 TEUR	01.01. – 30.09.2006 TEUR	01.07. – 30.09.2007 TEUR	01.07. – 30.09.2006 TEUR
Transaktionsvolumen (Mio. €)	9.230	6.315	3.051	2.185
Umsatzerlöse (Mio. €)	6,17	3,52	1,66	1,24

Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick
2. Geschäftsmodell und ausgewählte Geschäftsbereiche
3. Vorstellung der Strategie
4. Marktentwicklung
5. Highlights für Investoren

Vier Geschäftsbereiche auf Wachstum

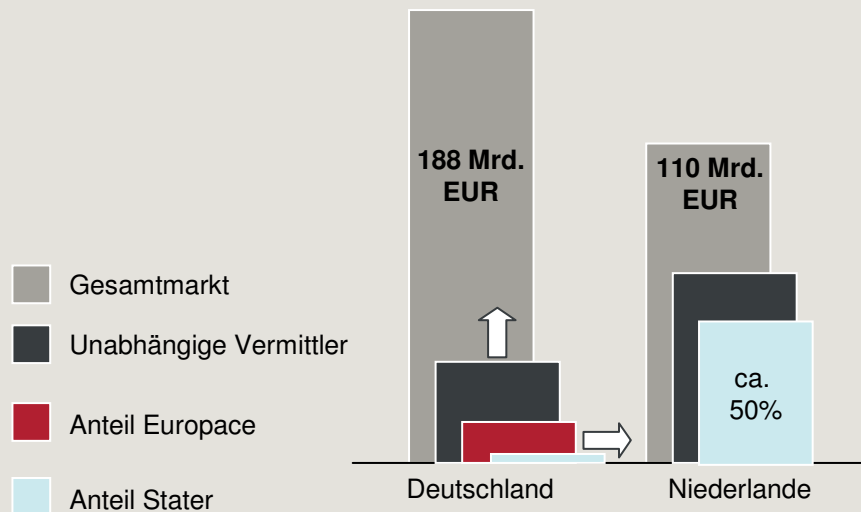
Entwicklungsrichtung der Geschäftsbereiche

GB Privatkunden Führender internetbasierter Allfinanzvertrieb in Deutschland	GB Immobilien- firmenkunden Top 1 Anbieter für Finanzierungen und Versicherungen in der Wohnungswirtschaft	GB Finanzdienst- leister Europace als Marktstandard in Europa	GB Institutionelle Kunden Führende Reportingplattform für RMBS
<ul style="list-style-type: none"> • Steigerung der Zugriffszahlen auf das Internet-Angebot von Dr. Klein → Leads • Ausbau Filialvertrieb und Maklervertrieb • Intensivierung Bestandskundengeschäft (Cross-Selling) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ergänzendes Spezialangebot für Wohnungsunternehmen • Ausbau des regionalen Vertriebs • Ausweitung der Produktpalette auf Versicherungs- und Kapitalmarktprodukte 	<ul style="list-style-type: none"> • Gewinnung weiterer Vertriebsorganisationen • Angebot weiterer Finanzdienstleistungsprodukte • Etablierung in anderen Ländern in Europa • Steigerung des Marktanteils bei bestehenden Vertriebspartnern • Gewinnung von exklusiven Produktpartnern 	<ul style="list-style-type: none"> • Verlängerung der Wertschöpfungskette bis zum Kapitalmarkt als Informationsplattform (keine Übernahme von Kreditrisiken) • Steigerung des Marktanteils bei RMBS-Reporting • Abbildung aller europäischen ABS-Transaktionen in Europace

Starker Vermittlermarkt erleichtert Markteintritt für Europace in NL

Größter Immobilienfinanzierungs-Vermittlermarkt in Kontinentaleuropa: Niederlande

Neugeschäftsvolumen und Vermittleranteil in Deutschland und den Niederlanden 2006



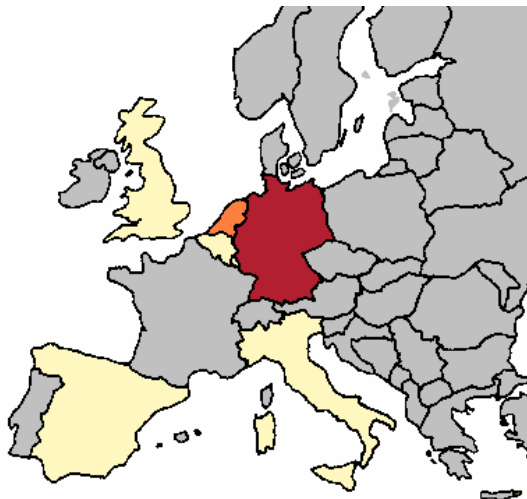
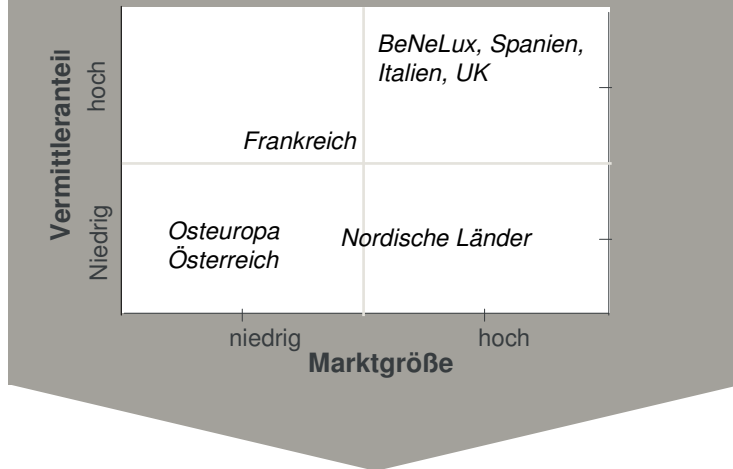
Quellen:
Bundesbank, De Nederlandsche Bank,
Mercer-Studie für Vermittleranteil, Unternehmensangaben

- Expansion von Europace in den niederländischen Markt wurde Ende 2006 durch Joint Venture zwischen Hypoport und Stater B.V. (größter Servicer in den Niederlanden) vorbereitet.
- Stater verschafft den Zugang zu unabhängigen Vermittlern und ist treibende Kraft zur Nutzung von Europace.
- Vermittlermarkt in den Niederlanden ist prädestiniert für die Nutzung von Europace:
 - Hohe Akzeptanz von Finanzvertrieben in der Bevölkerung;
 - klare Trennung zwischen Produktion, Vertrieb und Refinanzierung;
 - hohe Standardisierung und der damit verbundenen schnellen Abwicklung von Finanzierungsanfragen;
 - hohe Wettbewerbsintensität aufgrund des schnellen Markteintritts von Produktanbietern.

In den nächsten Jahren wird der europäische Ausbau vorangetrieben

Weitere europäische Expansion von Europace

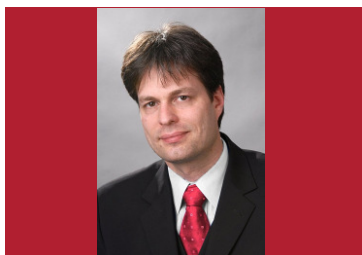
Evaluierung zeigt potentielle Zielmärkte:



- Benelux, Spanien, Italien und UK sind für Hypoport attraktive Zielmärkte. Um Investitionen zu sichern wird Hypoport nicht ohne einen starken Partner in einem Land starten.
- Mit Stater ergab sich ein solcher Partner in den Niederlanden. Hier besteht eine Gelegenheit zur mittelfristigen Ausweitung der gemeinsamen Aktivitäten auf Belgien.
- Je nach Bereitschaft bestehender Geschäftspartner gemeinsam in einem Land zu starten wird die Reihenfolge der Länder gewählt.
- Die Gesellschaft erwartet, dass die Etablierung eines Europace-Marktplatzes in einem Land drei Jahre benötigt.

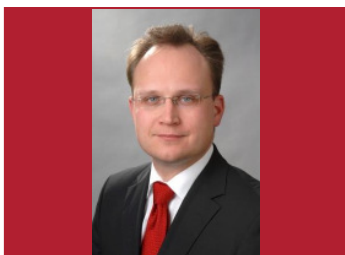
Sieben erfahrene Manager für die Unternehmensentwicklung

„Group Executive Committee“ (GEC) des Hypoport-Konzerns



Prof. Dr.
Thomas Kretschmar
(44)
Co-CEO

Strategie, Marketing,
Kommunikation, Recht



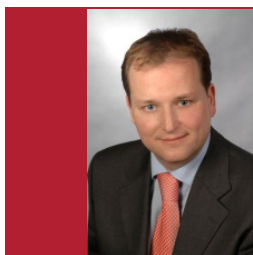
Ronald Slabke
(33)
Co-CEO

GB Finanzdienstleister
Finanzen, Personal



Klaus Kannen
(44)

GB Privatkunden
Immobilien-
finanzierungen



Stephan Gawarecki
(38)

GB Privatkunden
Sonstige Finanz-
dienstleistungsprodukte



Hans Peter Trampe
(43)

**GB Immobilienfirmen-
kunden**



Martin Damaske
(39)

GB Institutionelle Kunden



Marco Kisperth
(37)

Informationstechnologie

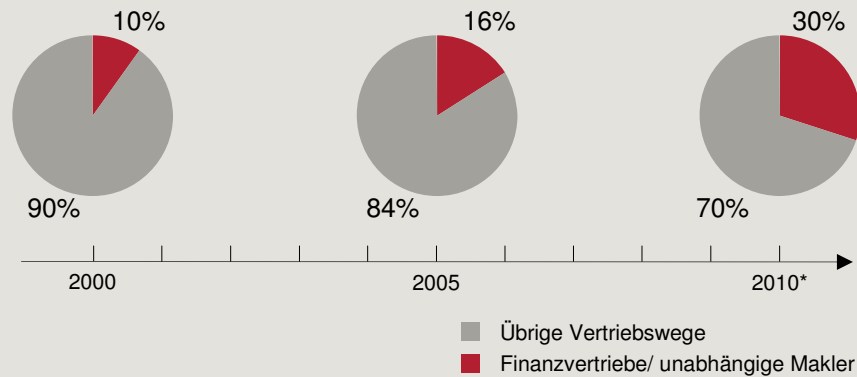
Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick
2. Geschäftsmodell und ausgewählte Geschäftsbereiche
3. Vorstellung der Strategie
4. Marktentwicklung
5. Highlights für Investoren

Unabhängige Finanzvertriebe gewinnen Marktanteile

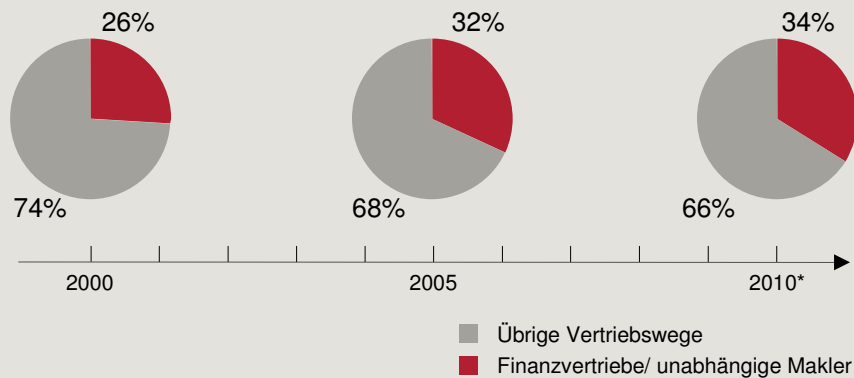
Marktumfeld Geschäftsbereich Privatkunden

Markttrend: Vertriebskanäle für Immobilienfinanzierungen



Quelle: bbw Marketing Immobilienfinanzierung 2006

Markttrend: Vertriebskanäle für Lebensversicherungen



Quelle: Towers Perrin Tillinghast Vertriebswege Survey 2006

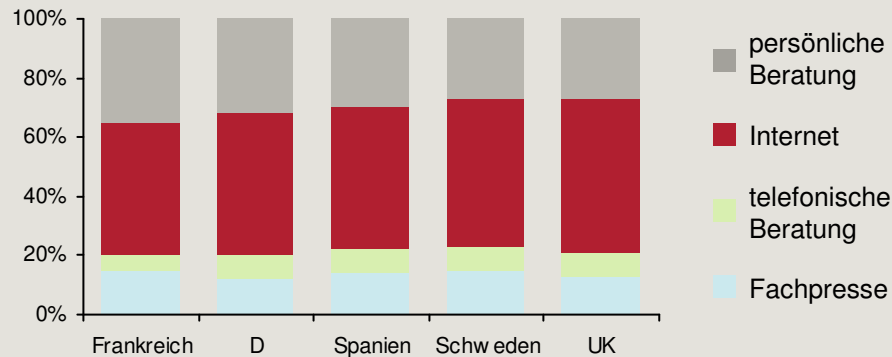
*Schätzung

- Sowohl beim Vertrieb von Immobilienfinanzierungen als auch beim Vertrieb von Versicherungsprodukten werden unabhängige Makler und Finanzvertriebe an Bedeutung gewinnen.
- Vermittler verfügen über eine breitere Produktpalette und können so die Bedürfnisse der Kunden besser abdecken.
- Diese Entwicklung wird zusätzlich durch die Trennung von Vertrieb und Produktion bei Finanzdienstleistungsprodukten getrieben.

Internet ist wichtigstes Informationsmedium für Finanzdienstleistungen

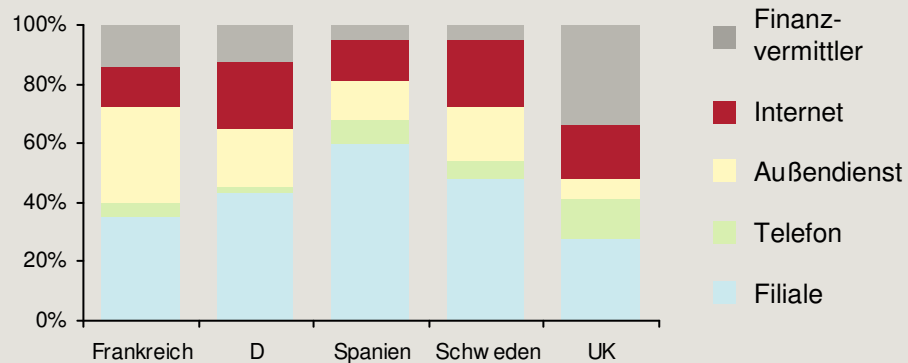
Internetnutzung in der Immobilienfinanzierung für Privatkunden

Internet ist wichtigste Informationsquelle und Anbahnungsinstrument



Quelle: Mercer Oliver Wyman: European Mortgage Distribution, 2007

Vertriebskanäle für Immobilienfinanzierung in Europa



Quelle: Mercer Oliver Wyman: European Mortgage Distribution, 2007

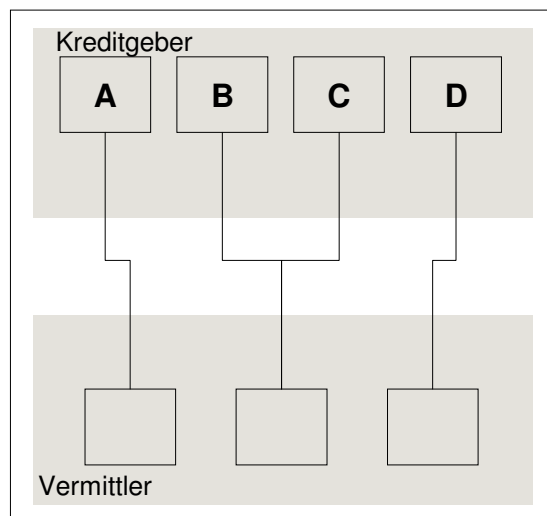
- Internet ist wichtigstes Medium zur Gewinnung von Interessenten (Leads) für Immobilienfinanzierungen.
- Für die Wandlung von Leads in Abschlüsse werden weiterhin auch klassische Vertriebskanäle genutzt.

Die Zukunft gehört den Vermittlungsplattformen

Geschäftsbereich Finanzdienstleister: Organisation des Vermittlungsmarktes

Vergangenheit

Wachstum der Vermittler

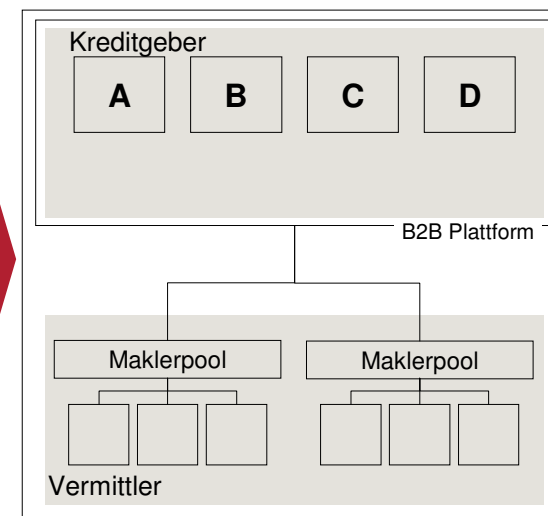


Konsolidierung der Vermittler

Entstehung von Maklerpools
Integration durch B2B-Plattform

Zukunft

Plattform-Welt



- Begrenzte, aber stark wachsende Zahl von Vermittlern.
- Viele Vermittler, die mit nur einer Bank exklusiv zusammenarbeiten.
- Keine Technologieunterstützung.

„The recent growth of the German EUROPACE platform [...] illustrates the emergence of the ‚next generation‘ sourcing system.“

Mercer Oliver Wyman:
European Mortgage Distribution, 2007, S. 22

- Alle wertschöpfenden Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette sind in einer Plattform integriert.
- Diese ist Technologieplattform für alle Marktteilnehmer.

Inhalt

1. Kennzahlen im Überblick
2. Geschäftsmodell und ausgewählte Geschäftsbereiche
3. Vorstellung der Strategie
4. Marktentwicklung
5. Highlights für Investoren

Wachstum von Hypoport wird durch zahlreiche Wettbewerbsstärken gefördert

Highlights

Hypoport THE FINANCE INTEGRATOR

- Internetbasiertes Geschäftsmodell verbindet beide Unternehmensteile
- Große Einkaufsmacht aufgrund des hohen Vermittlungsvolumens

Allfinanzvertrieb

- Mehrdimensionale Vertriebsstrukturen
- Unabhängigkeit
- Produktvielfalt
- Beraterspezialisierung

B2B-Finanzmarktplätze

- Generierung von Skaleneffekten
- Europace: der Finanzmarktplatz
- Eigene Technologiekompetenz
- Marktplatzeffekt: Starke Bindung der Vertriebsorganisation und hohe Markteintrittsbarrieren