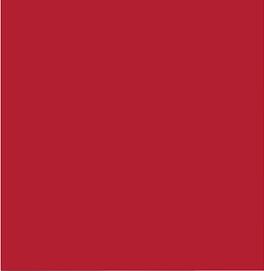




# **Umsatzplus in anspruchsvollem Umfeld**

**Geschäftszahlen zum 31. März 2013**

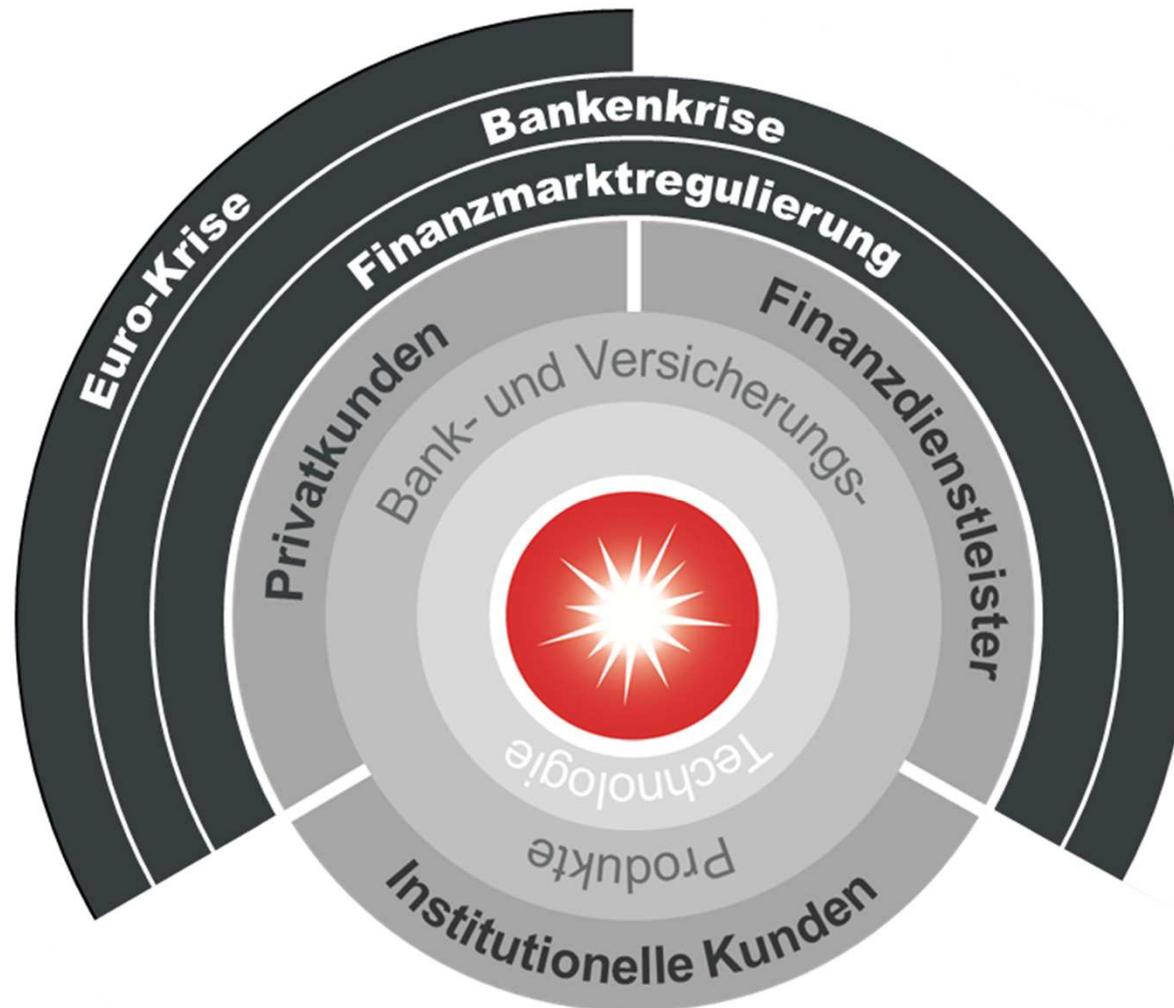


## Inhalt

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

**2 von 3 Geschäftsbereichen sind vom aktuellen Krisenumfeld negativ betroffen**

Auswirkungen des makroökonomischen Umfeldes auf die Geschäftsmodelle des Hypoport-Konzerns



## Bankenkrise verändert Anbieterstruktur

Auswirkungen der Bankenkrise auf die Geschäftsmodelle des Hypoport-Konzerns



### Marktentwicklung

2007 als Subprimekrise, 2008 folgte Lehmanpleite → Bankenkrise

Ausfall der großen kapitalmarktfinitzierten Banken von Baufinanzierung

Einlagenrefinanzierte regionale Banken und Sparkassen erhöhen Wettbewerbsdruck

### Intensität

2007  
2008  
2009  
2010  
2011  
2012



### Auswirkungen auf Hypoport

Vielzahl neuer regionaler Wettbewerber

Vielzahl neuer Produkthanbieter erhöhen Komplexität für Kunden

Komplexe und schlechtere Prozesse verteuern Plattformanbindung und Geschäftsabwicklung

Verschlechterte Einkaufsbedingungen durch Zersplitterung des Anbieterportfolios

	GB PK	GB FDL	GB IK
Vielzahl neuer regionaler Wettbewerber	■	■	
Vielzahl neuer Produkthanbieter erhöhen Komplexität für Kunden			+
Komplexe und schlechtere Prozesse verteuern Plattformanbindung und Geschäftsabwicklung	■	■	
Verschlechterte Einkaufsbedingungen durch Zersplitterung des Anbieterportfolios	■		

## Geldpolitik im Zuge der Euro-Krise senkt Zinsen auf Rekordtief

Auswirkungen der Euro-Krise auf die Geschäftsmodelle des Hypoport-Konzerns



### Marktentwicklung

Begann 2010 als „Griechenlandkrise“, inzwischen Euro-Krise

EZB flutet Märkte mit Liquidität, → Zinsniveau auf Rekordtief

Anbieter von Anlageprodukten wie Versicherungen und Bausparkassen sind unter massivem Druck

### Intensität

2007  
2008  
2009  
2010  
2011  
2012



### Auswirkungen auf Hypoport

Niedriges Zinsniveau → Spar- und Altersvorsorgeprodukte (LV, Bausparen) und private Krankenversicherung werden unattraktiv, positive Impulse für die Baufinanzierung und andere Kreditprodukte

Banken benötigen keine/weniger Kundeneinlagen → weniger aktive Anbieter im Tagesgeld

GB PK GB FDL GB IK



## Regulatorische Eingriffe verändern Wettbewerbsbedingungen und Marktstruktur

Auswirkungen der Finanzmarktregulierung auf die Geschäftsmodelle des Hypoport-Konzerns



### Marktentwicklung

„Krisenreaktion“ der Politik

Erhöhung der Eigenkapitalanforderungen der Banken & Versicherer

Basel III & Solvency II

Regulierung des Finanzvertriebs

Provisionsbegrenzung bei Privaten Krankenvollversicherungen

### Intensität

2007  
2008  
2009  
2010  
2011  
2012



### Auswirkungen auf Hypoport

Konzentration der Produktgeber auf Erfüllung der regulatorischen Anforderungen

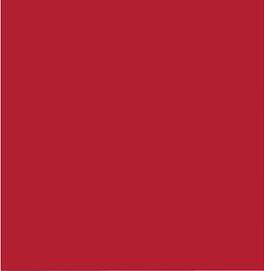
Starke Volatilität des Anbieterspektrums durch unberechenbare Reaktionen

Höhere Anforderungen an Dokumentation und Automatisierung im Finanzvertrieb

Margendruck durch Erlöskappung in Krankenvollversicherung und anschließenden Verdrängungswettbewerb

GB  
PK FDL IK



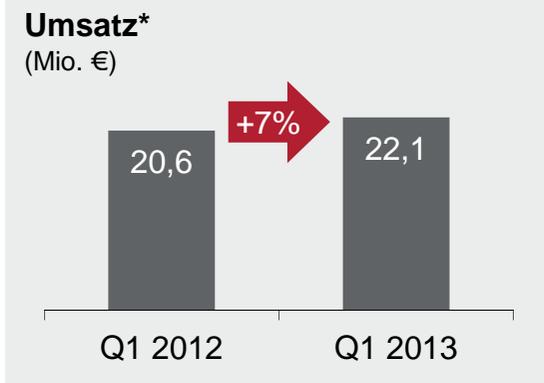


## Inhalt

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

## Ergebnis unter den Erwartungen

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



\* Aus fortzuführenden Geschäftsbereichen



## Inhalt

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

**Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern**

Geschäftsbereich Privatkunden

**DR. KLEIN**  
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN

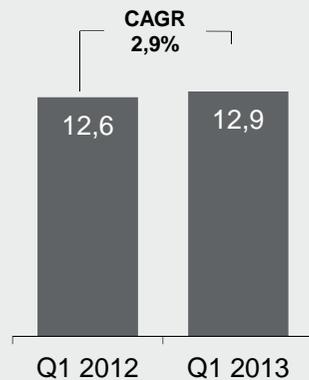


**EUROPACE**

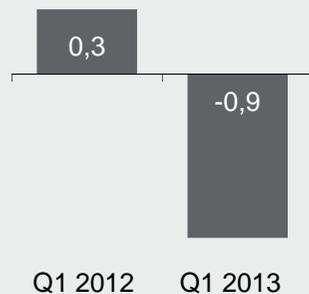
## Schwaches Versicherungsgeschäft belastet Geschäftsbereichsergebnis

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden

### Umsatz (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 hemmt.

Gesetzliche Regelungen zur Provisionsdeckelung und verlängerten Stornohaftzeit mindern EBIT.

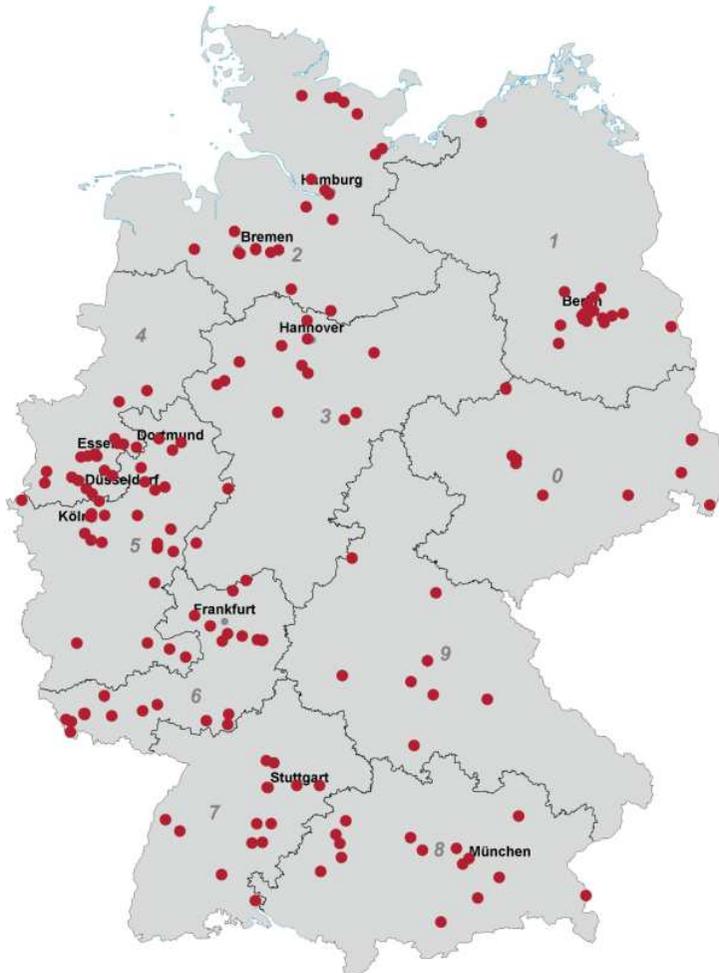
Zahlreiche Bestandsübertragungen von neuen Vertriebspartnern verursachen hohe Bearbeitungskosten, sind aber Grundlage für langfristige Erträge.

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

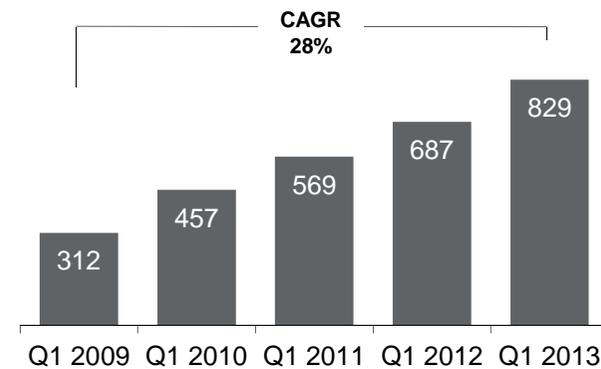
Ausbau der Ratenkredit-Präsenz noch in der kostenintensiven Pilotphase.

## Weiteres Wachstum vom Beratern und Filialen stärken die flächendeckende Präsenz

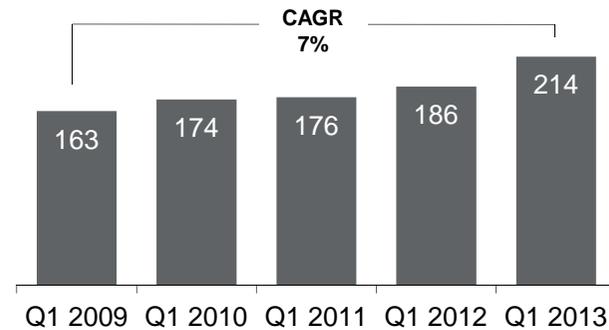
Entwicklung der Filialen und der Berater des Filialvertriebs



### Filialvertrieb: Anzahl Berater



### Filialvertrieb: Anzahl Filialen

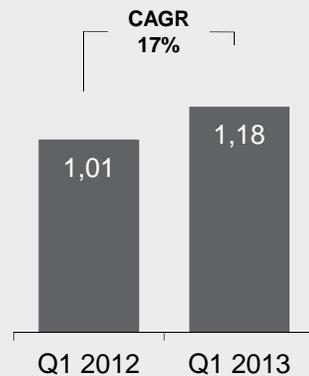


## Sehr schwaches Transaktionsvolumen bei der Privaten Krankenversicherung

Weitere Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden

### Transaktionsvolumen Finanzierungen

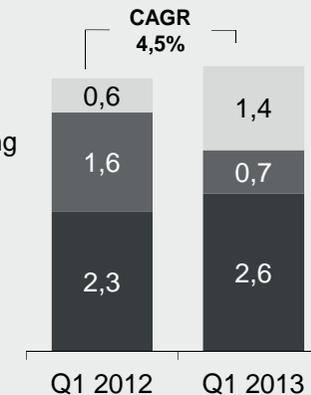
(Mrd. €)



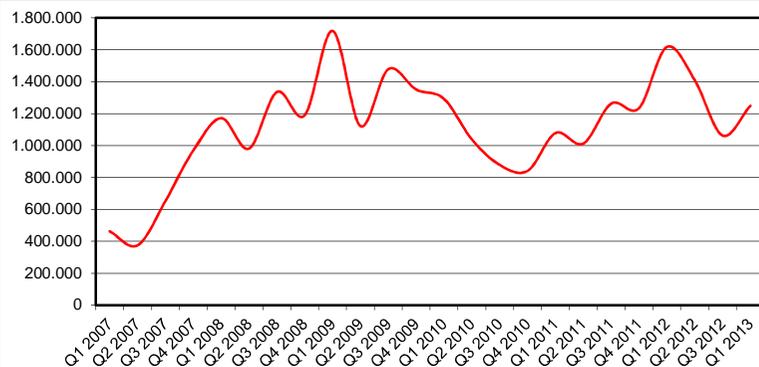
### Transaktionsvolumen Versicherungen

(Mio. €)

- Sachversicherung
- Private Krankenversicherung
- Lebensversicherung



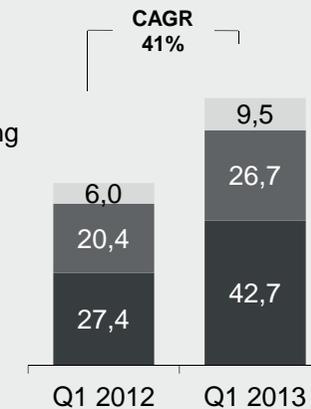
### Onlinevertrieb: Anzahl Leads



### Versicherungsbestand: Jahresprämien in Mio. €

Stichtag 31.03.

- Sachversicherung
- Private Krankenversicherung
- Lebensversicherung



**Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern**

Geschäftsbereich Finanzdienstleister

**DR. KLEIN**  
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN

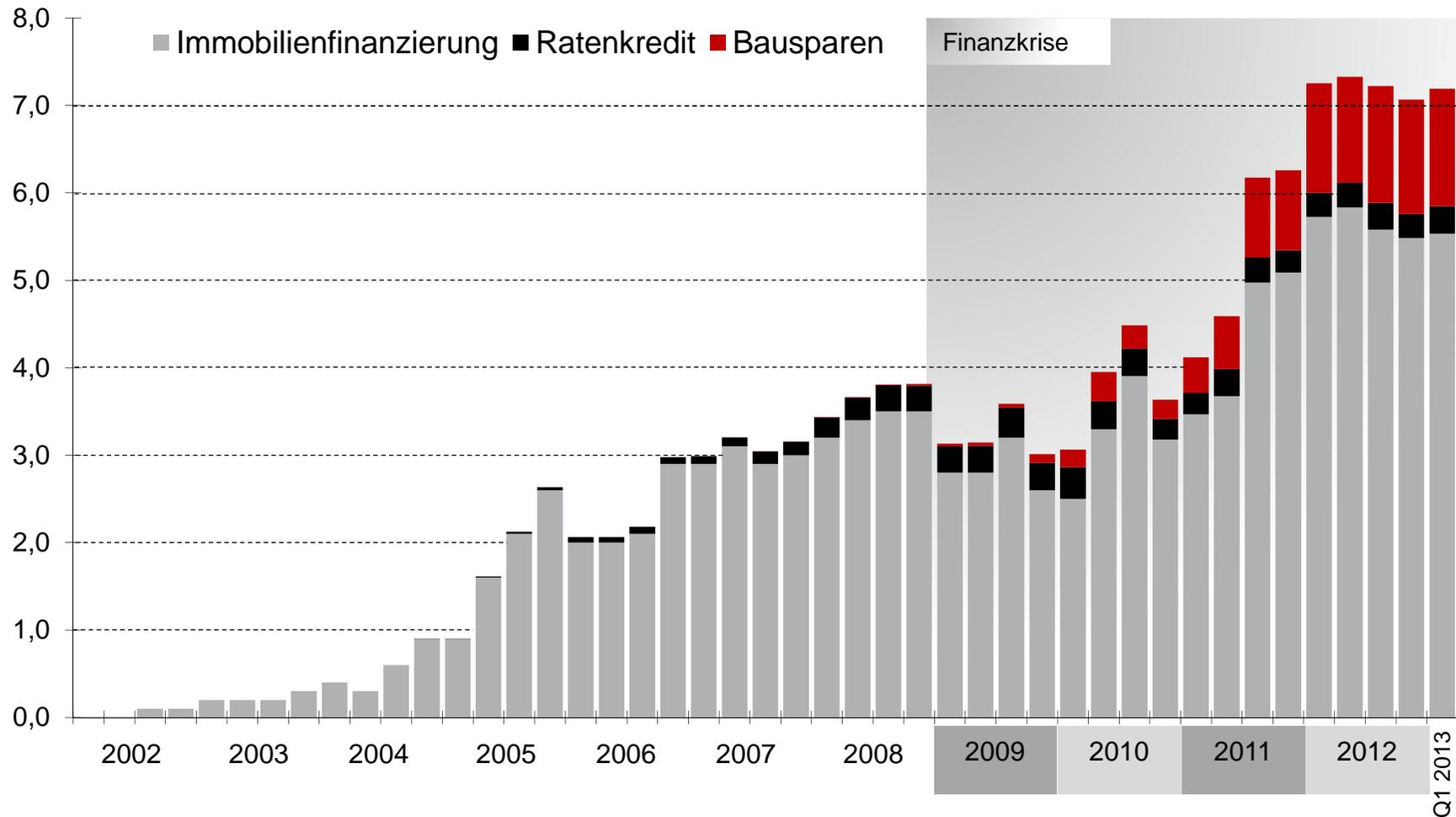


**EUROPACE**<sup>o</sup>

## Transaktionsvolumen stabil über 7 Mrd. € pro Quartal

Transaktionsvolumen des EUROPACE-Marktplatzes

Mrd. €



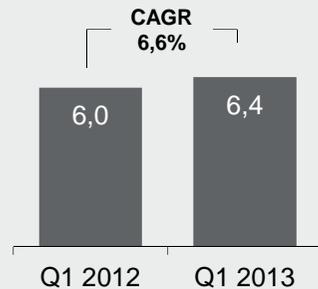
15

Geschäftszahlen Q1 2013

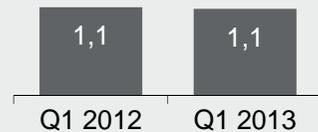
## Solide Ertragsentwicklung in einem weiter stabilen Marktumfeld

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Finanzdienstleister

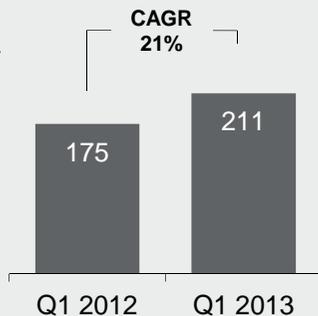
**Umsatz\***  
(Mio. €)



**EBIT\***  
(Mio. €)



**Anzahl der Vertragspartner**



Die positive Ertragsentwicklung setzt sich weiter fort. Trotz stagnierendem Marktumfeld bleibt das Transaktionsvolumen leicht wachsend und stabil über sieben Mrd. € pro Quartal.

Kompensation von sehr erfolgreichen Sonderaktionen einzelner Produkthanbieter im Vorjahr.

Aufgrund der niedrigen Zinsen entscheiden sich die Kunden für längere Zinsbindungsfristen. Davon profitiert die Ertragsituation.

Weiteres Wachstum der niedrigmargigen Packagingumsätze zur Unterstützung der Plattformnutzung.

Konsequente Fortführung der Plattforminvestitionen.

Wachsende Anzahl von Kooperationsanfragen.

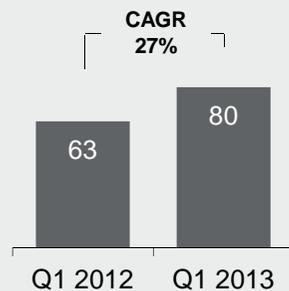
\* Aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

## Wichtige Investitionsfelder als Fundament für zukünftiges Wachstum

Zukunftsprojekte des EUROPACE-Marktplatzes

### GENOPACE Q II / 2008

(Anzahl Vertragspartner)

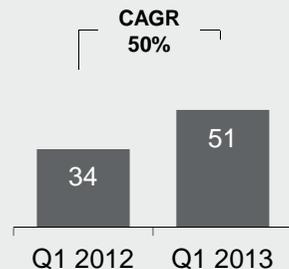


Verhaltener Jahresbeginn bei Transaktionsergebnissen.  
Erstes Bausparprodukt der Bausparkasse Schwäbisch Hall in Q2 2013 verfügbar.

Partnerneuanbindung weiter sehr zeitaufwendig.  
Erfreuliche Zunahme bei Anfragen neuer Kooperationen.

### FINMAS Q IV / 2009

(Anzahl Vertragspartner)



Entwicklung des Transaktionsvolumens sehr positiv.  
Steigendes Interesse in den Verbänden und zahlreiche neue Kooperationen in der Anbahnung.

Weiterhin hohe Investitionen und langer Saleszyklus bei Gewinnung neuer Partner.  
Weitere Institute planen Einstieg in die Vermittlungstätigkeit.

### EUROPACE2 2008

Neuentwicklung von EUROPACE auf neuer technologischer Basis

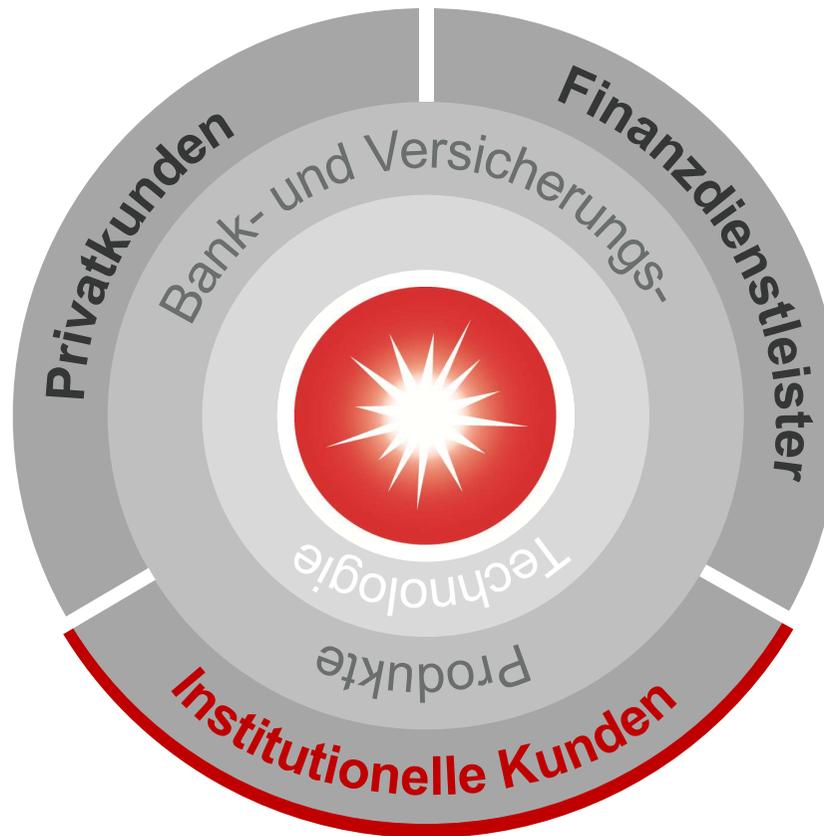
EP2 Frontend wird im Rahmen diverser Pilotprojekte produktiv eingesetzt.

Ausgezeichnetes Feedback der Erstnutzer.

**Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern**

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden

**DR. KLEIN**  
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



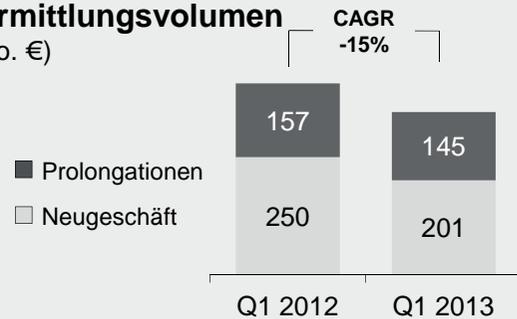
**EUROPACE**

## Solider Geschäftsverlauf bei weniger großvolumigem Geschäft

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Institutionelle Kunden

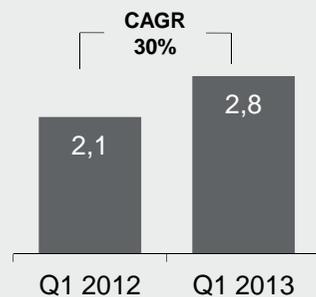
### Vermittlungsvolumen

(Mio. €)



### Umsatz

(Mio. €)



### EBIT

(Mio. €)

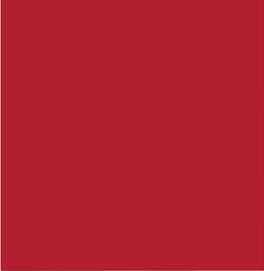


Ordentlicher Geschäftsverlauf im Rahmen der normalen Volatilität. Pipeline für die kommenden Monate sehr gut gefüllt.

Neue Produktideen, wie z. B. das Dr. Klein Energieeffizienzdarlehen (DEED), sichern Dr. Klein ein Alleinstellungsmerkmal in der gewerblichen Wohnungswirtschaft.

Zusätzliche positive Impulse werden durch die Umstellung KfW-Programms für energetische Investition auf die Laufzeitvariante 10/10/10 im Juni 2013 erwartet.

Consulting sowohl für Immobilieninvestoren als auch für Emittenten haben guten Geschäftsverlauf über Vorjahresniveau.



## Inhalt

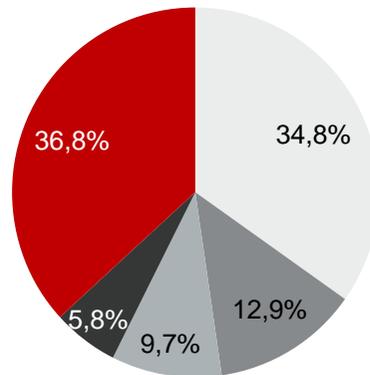
1. Marktumfeld
  2. Kennzahlen im Überblick
  3. Entwicklung der Geschäftsbereiche
  4. **Die Aktie**
  5. Ausblick
- 

## Handelsvolumen weiter auf niedrigem Niveau

Kursverlauf im ersten Quartal 2013 und Aktionärsstruktur zum 31. März 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%
- 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

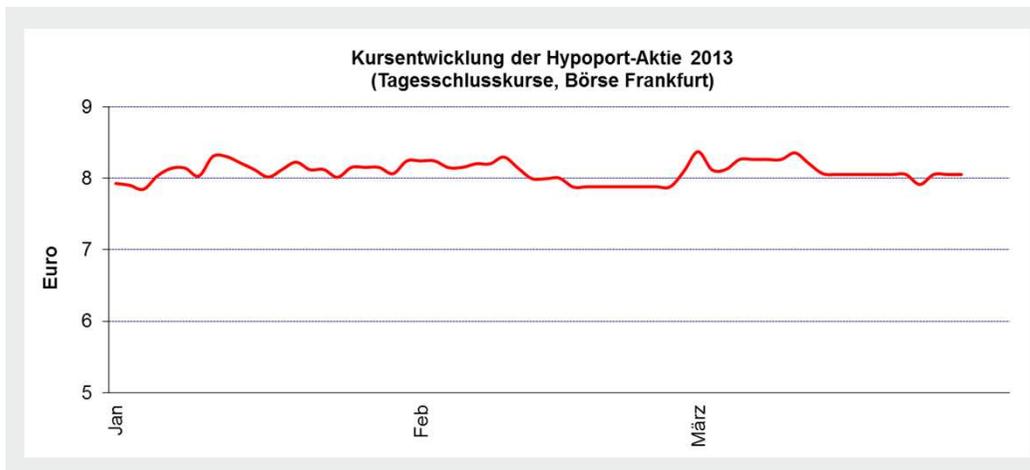
Im 1. Quartal wurden keine Directors' Dealings-Meldungen veröffentlicht.

### Designated Sponsor

Close Brother Seydler Bank AG

### Research in Q1 2013

Analysten	Empfehlung	Kursziel	Datum
CBS Research	Kaufen	11,90 €	12.03.2013
Montega	Halten	9,80 €	12.03.2013
Montega	Halten	9,80 €	13.02.2013
Solventis	Kaufen	12,50 €	30.01.2013
Montega	Halten	9,80 €	28.01.2013





## Inhalt

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