



Hypoport AG
Hauptversammlung 2013



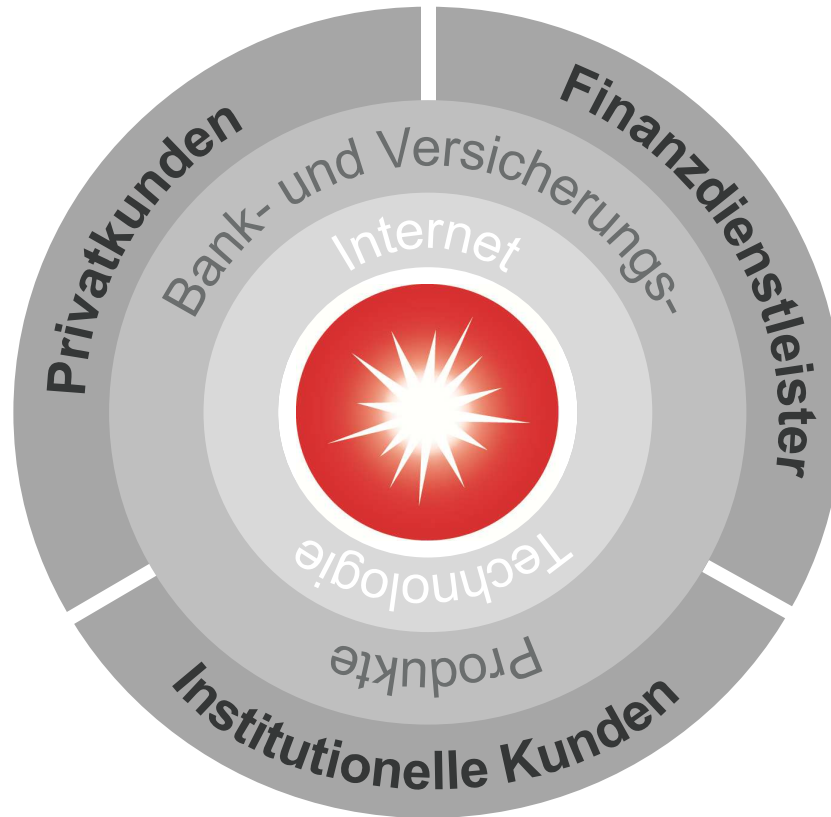
Inhalt

1. **Marktumfeld**
2. **Entwicklung der Geschäftsbereiche**
3. **Kennzahlen im Überblick und Ausblick**
4. **Bericht zum Aktienrückkauf und Entwicklung der Aktie**

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Die Geschäftsbereiche der Hypoport AG

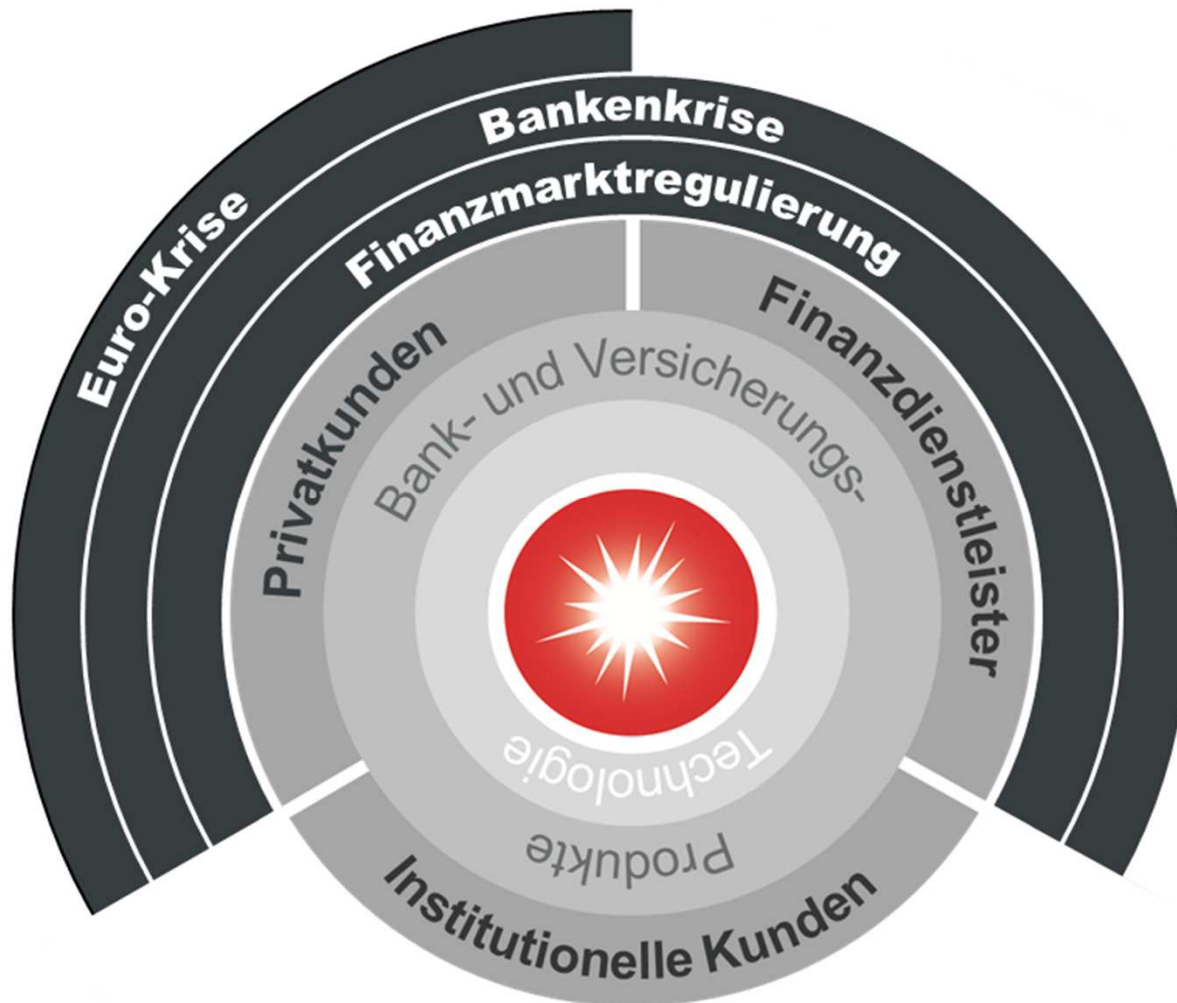
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



EUROPACE

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 kapitalmarktfinitanzierten Banken von Baufinanzierung

Einlagenrefinanzierte regionale Banken und Sparkassen erhöhen Wettbewerbsdruck

Intensität

2007
2008
2009
2010
2011
2012



Auswirkungen auf Hypoport

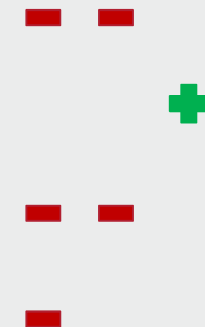
Vielzahl neuer regionaler Wettbewerber

Vielzahl neuer Produkthanbieter erhöhen Komplexität für Kunden

Komplexe und schlechtere Prozesse verteuern Plattformanbindung und Geschäftsabwicklung

Verschlechterte Einkaufsbedingungen durch Zersplitterung des Anbieterportfolios

GB
PK FDL IK



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

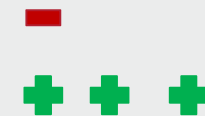


Auswirkungen auf Hypoport

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

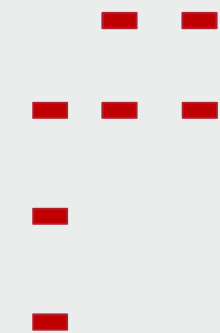
Konzentration der Produktgeber auf Erfüllung der regulatorischen Anforderungen

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

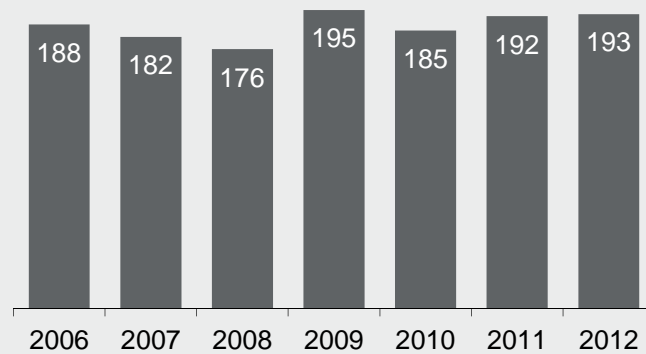


Stabiles Marktumfeld trotz Niedrigzinsen

Marktumfeld Immobilienfinanzierung in Zahlen

Entwicklung des Baufinanzierungsneugeschäfts

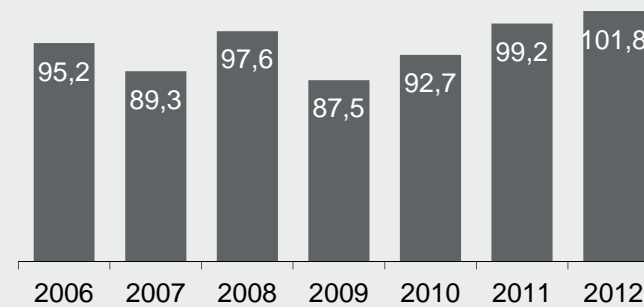
(in Mrd. €)



Quelle: Bundesbank

Entwicklung des Bausparneugeschäfts

(Bausparsumme in Mrd. €)



Quelle: Bundesbank



Inhalt

1. Marktumfeld
2. **Entwicklung der Geschäftsbereiche**
3. Kennzahlen im Überblick und Ausblick
4. Bericht zum Aktienrückkauf und Entwicklung der Aktie

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Privatkunden

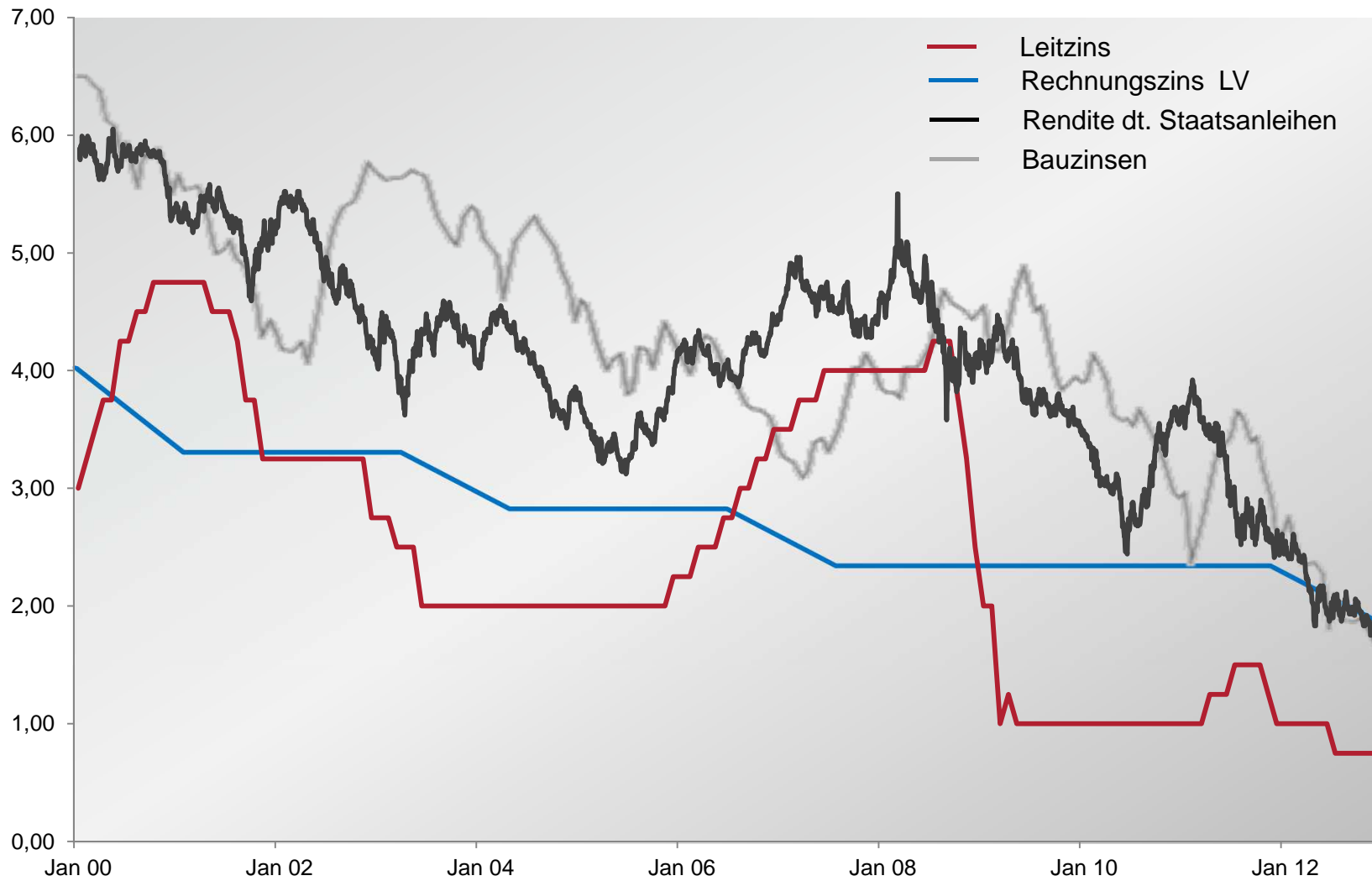
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



EUROPACE

Der Leitzins ist in der Finanzkrise deutlich gesunken

Auswirkungen auf die Geschäftsmodelle des Geschäftsbereichs Privatkunden

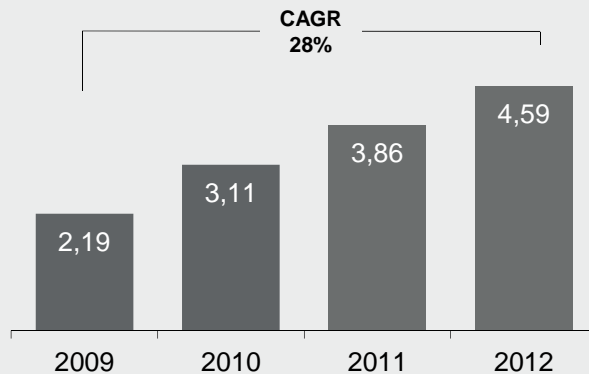


Weiterhin positive Entwicklung in der Immobilienfinanzierung

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden

Transaktionsvolumen Finanzierungen

(Mrd. €)



Steigerung des Transaktionsvolumens Finanzierungen um 19 Prozent und somit Gewinnung von Marktanteilen in einem stabilen Marktumfeld.

Historisch niedrige Zinsen und attraktive Finanzierungsbedingungen in 2012 führen zu einer Steigerung des Transaktionsvolumens im Immobilienfinanzierungs-bereich um 21 Prozent.

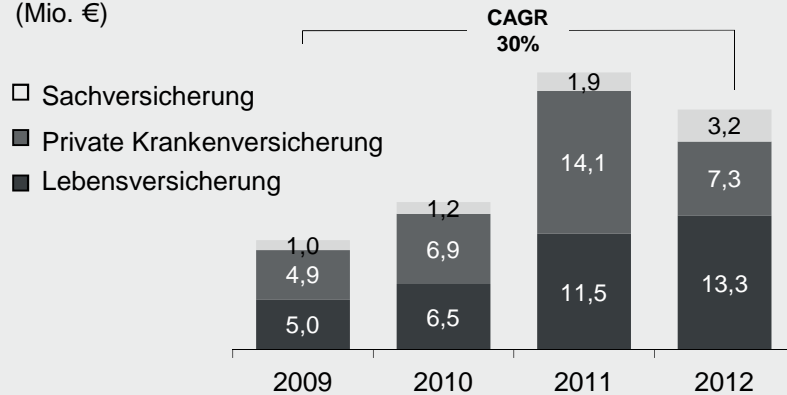
Getragen von der Thematisierung der Immobilie als Altersvorsorge steigt das Volumen Bausparen um 43 Prozent.

In einem stark umkämpften Markt sinkt das Transaktionsvolumen im Produktsegment Ratenkredite um 3 Prozent.

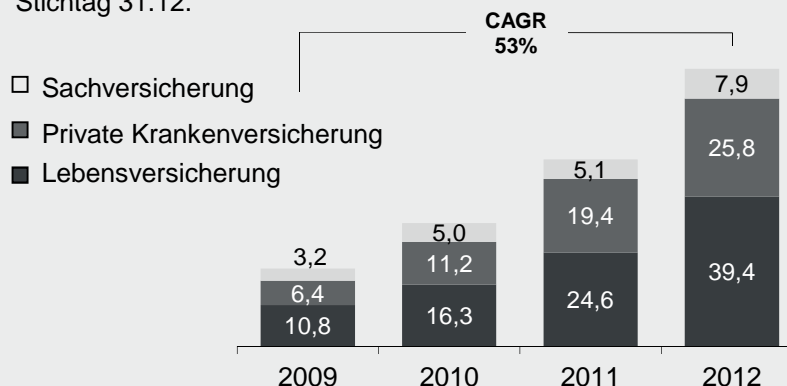
Private Krankenversicherung mindert Transaktionsvolumen

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden

Transaktionsvolumen Versicherungen
(Mio. €)



Versicherungsbestand: Jahresprämien in Mio. €
Stichtag 31.12.



Die öffentliche Wahrnehmung der PKV ist auf einem historischen Tiefpunkt. Das Transaktionsvolumen in diesem Segment sinkt um 48 Prozent auf 7,3 Mio. Euro.

Das anhaltende Zinstief belastet das Umsatzwachstum der Altersvorsorge-Produkte. Dennoch konnte das Volumen im Bereich der Lebensversicherungen um 15 Prozent auf 13,3 Mio. Euro gesteigert werden.

Starkes Wachstum im Neugeschäft der Sachversicherungen um 71 Prozent und des verwalteten Bestandes um 49 Prozent auf 73,1 Mio. Euro.

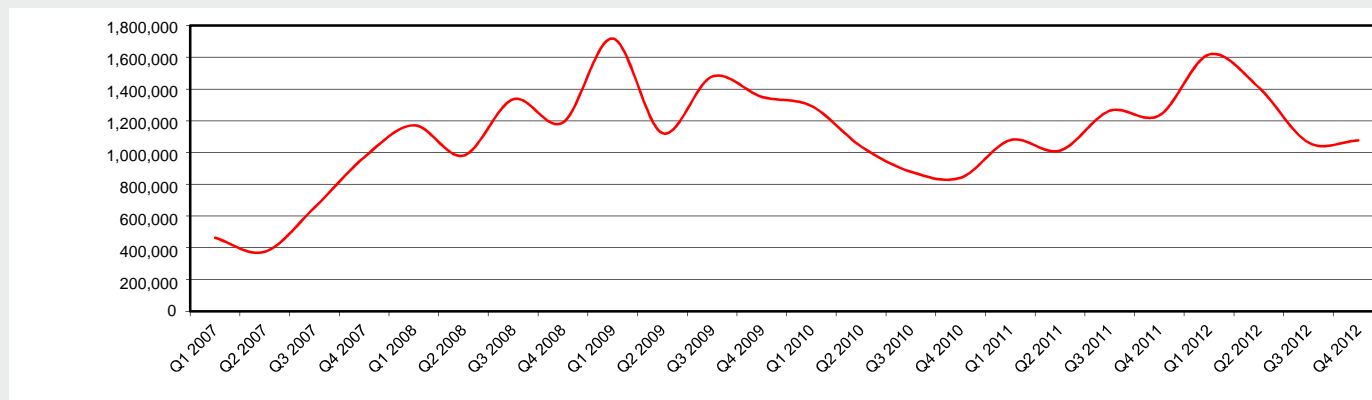
Aufgrund des kleinvolumigen Geschäftes besteht erst mittelfristig die Chance, die Abhängigkeit vom LV-/KV-Neugeschäft durch Ausbau der Bestände zu reduzieren.

Kurzfristig ist der fehlende LV-/KV-Umsatz nicht kompensierbar.

Schwaches Marktumfeld bei den einfachen Geldanlageprodukten

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden

Onlinevertrieb: Anzahl Leads



Steigerung der Anzahl der Leads um 13 Prozent auf 5,2 Mio..

Niedriges Zinsniveau führt zur Zurückhaltung bei den Banken in Bezug auf das Einlagengeschäft.

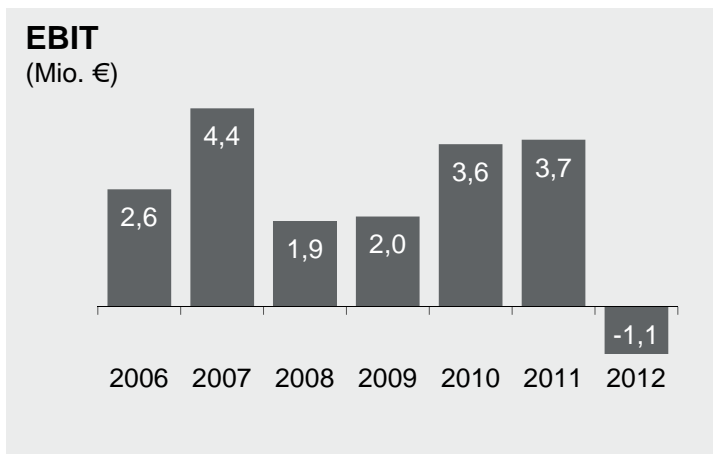
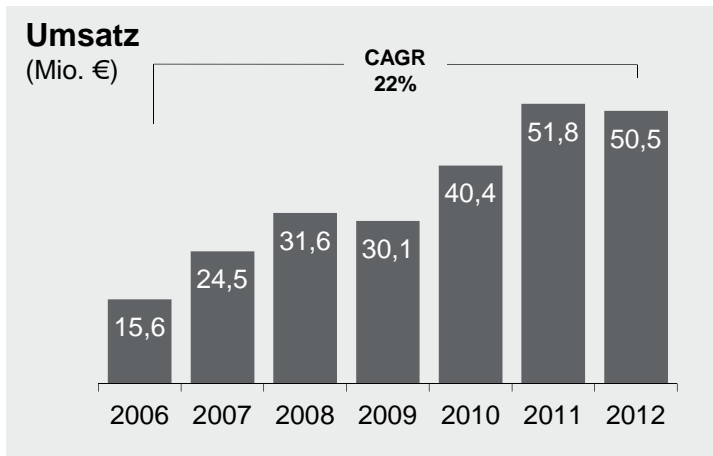
Steigende Vertriebskosten aufgrund des schwachen Marktumfeldes und des Markteintrittes von Wettbewerbern.

Sinkender Rohertrag im Produktsegment Tagesgeld in der zweiten Jahreshälfte.

Entgegenwirken durch Investitionen in alternative Produktsegmente wie Ratenkredite.

Entwicklung des Versicherungsbereichs belastet Geschäftsbereichsergebnis

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Privatkunden



Erstmals seit 2009 keine Steigerung des Umsatzes, sondern Reduzierung um 3 Prozent auf 50,5 Mio. Euro.

Vertriebsaggregatoren stehen im Spannungsfeld zwischen Konkurrenzdruck und Margendruck.

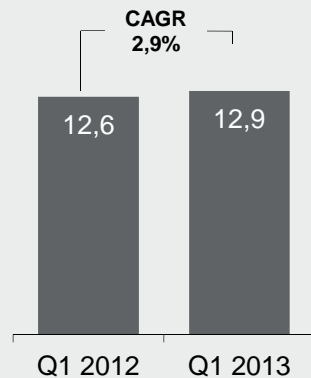
Sehr schwieriger Versicherungsmarkt belastet EBIT.

Insgesamt erfolgreiches Jahr mit jedoch schwachem 2. Halbjahr bei einfachen Geldanlageprodukten, da durch die EZB-Politik des „billigen Geldes“ und erhebliche Mittelzuflüsse die Anbieterseite weniger Bedarf an Kundeneinlagen hat.

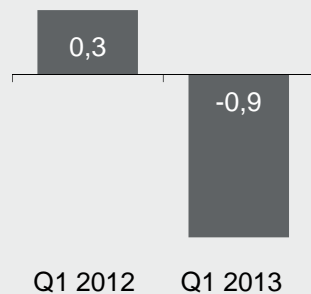
Schwaches Versicherungsgeschäft belastet Geschäftsbereichsergebnis

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.

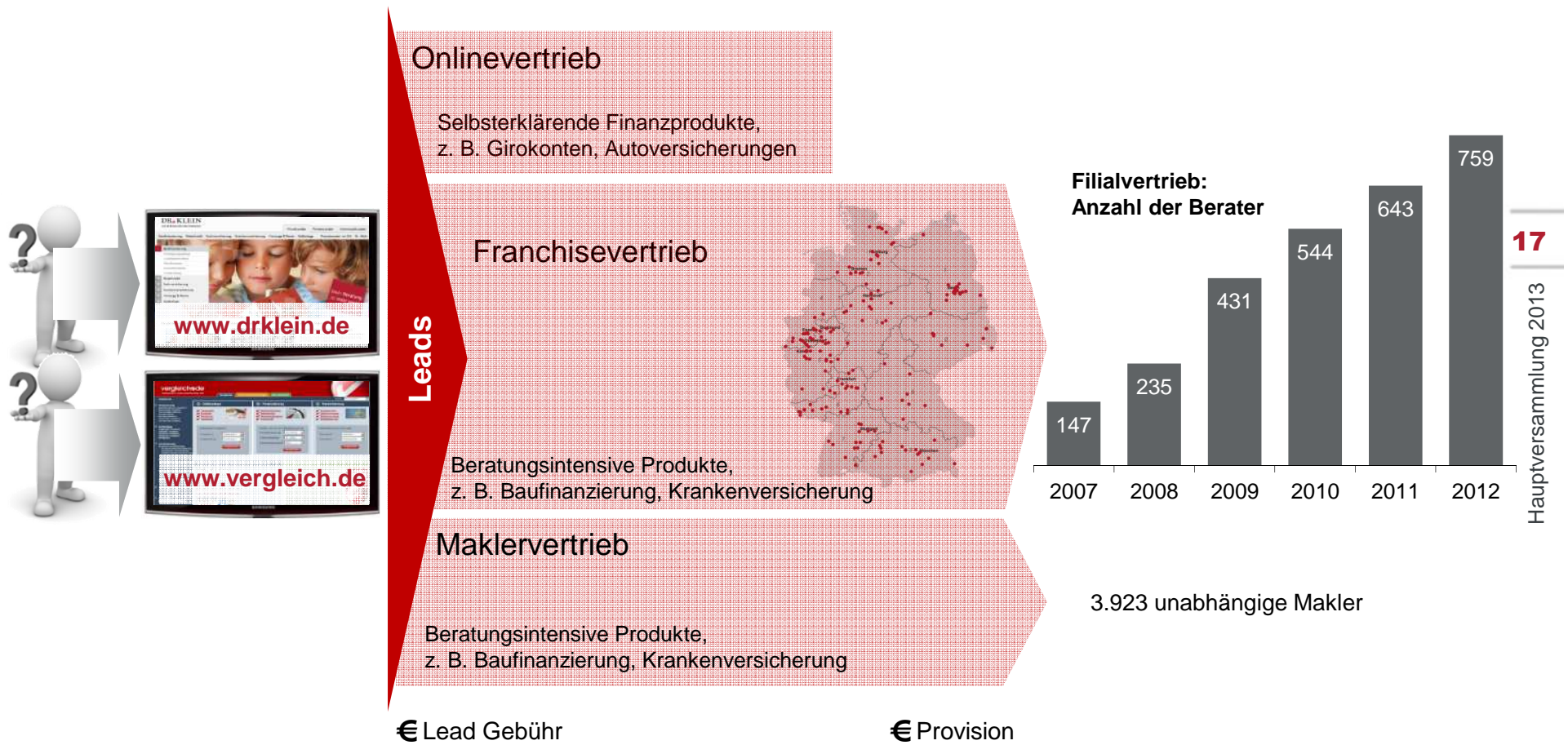
Zahlreiche Bestandsübertragungen von neuen Vertriebspartnern verursachen hohe Bearbeitungskosten, sind aber Grundlage für langfristige Erträge.

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.

Leads werden effizient generiert und über alle Vertriebskanäle verarbeitet

Leadgenerierung und cross-channelling: Privatkunden



Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Finanzdienstleister

DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



EUROPACE

Finanzmarktplatz hat sich als Marktstandard etabliert

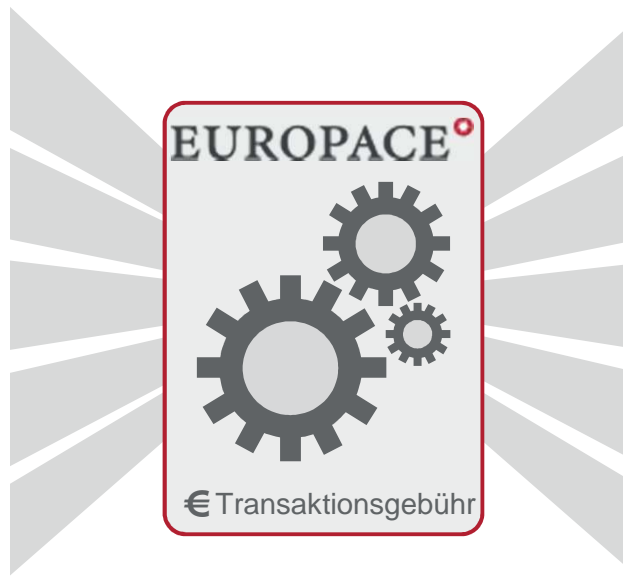
EUROPACE - Hier ist der Markt!

Vertriebsorganisationen



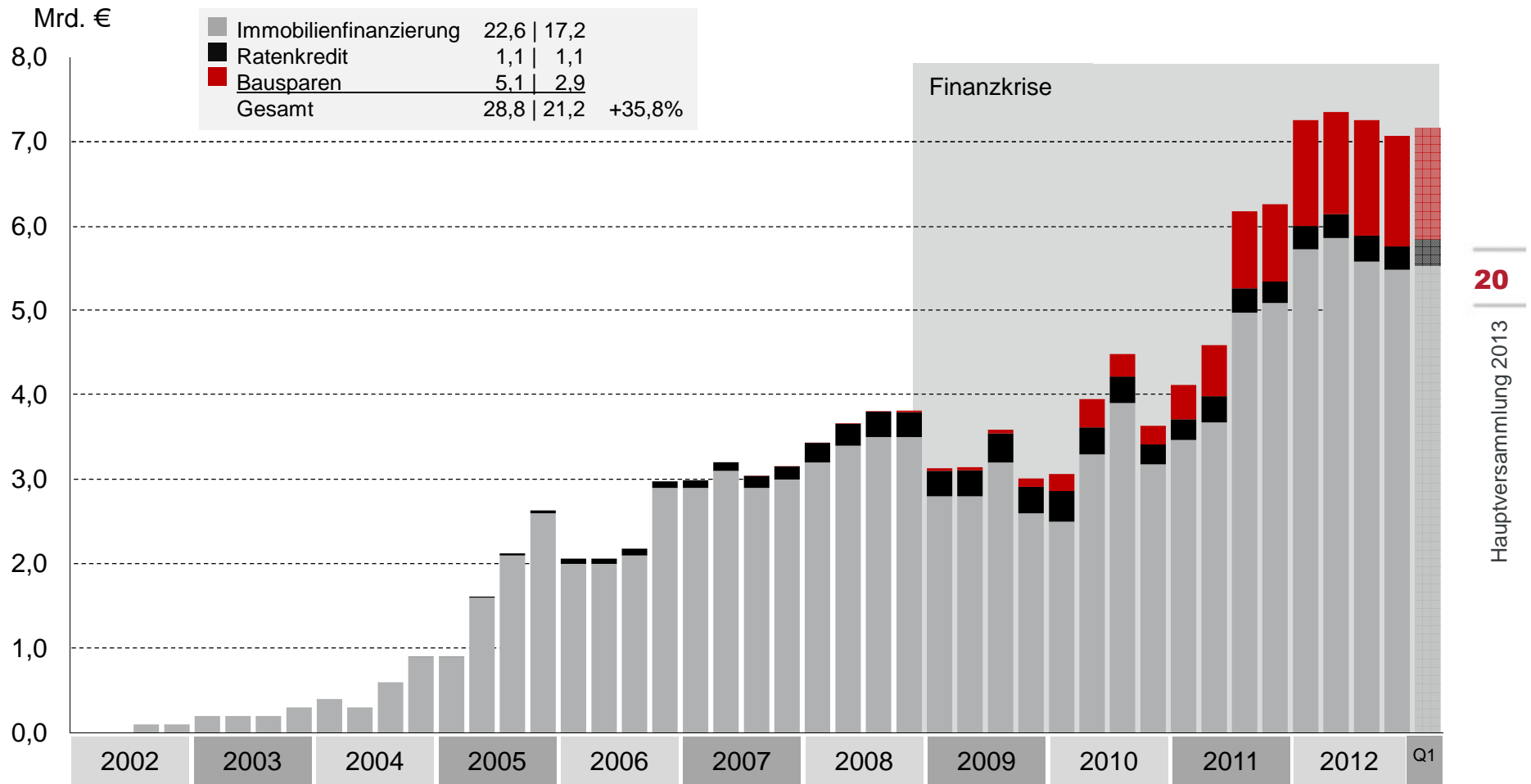
Mit 10.000+ Vertriebseinheiten
und 20.000+ Logins

150+ Produktanbieter

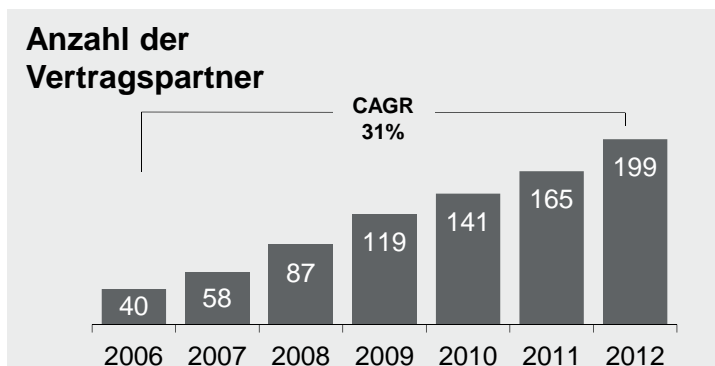
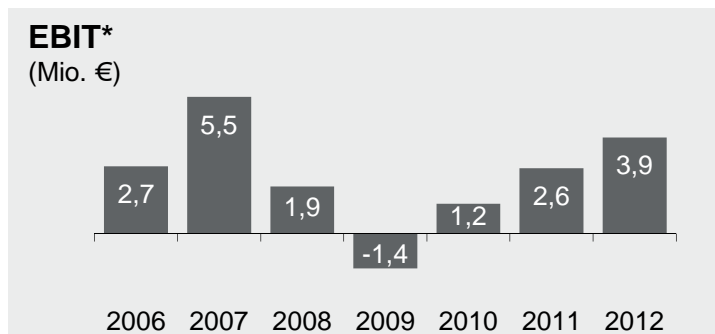
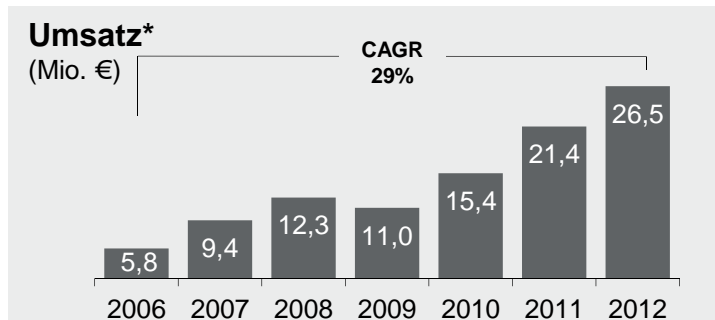
Transaktionsvolumen 2012 stabil über 7 Mrd. € pro Quartal

Transaktionsvolumen des EUROPACE-Marktplatzes



Skalierbarkeit von EUROPACE führt zu erfreulicher Geschäftsentwicklung

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Finanzdienstleister



Transaktionsvolumen lag stabil über 7 Milliarden Euro pro Quartal und schafft Grundlage für die erfreuliche Entwicklung der Umsätze und Erträge.

Aufgrund des niedrigen Zinsniveaus wählen Kunden lange Zinsbindungsfristen, was die Ertragssituation zusätzlich begünstigt.

Investitionen in die Plattform weiter auf hohem Niveau.

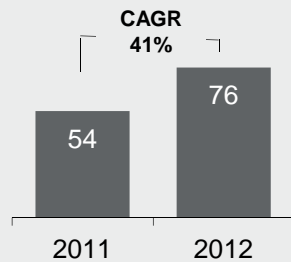
Wachsende Partnerzahl steigert Marktchancen aber auch die Komplexitäten.

* aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

GENOPACE - Marktplatz für die genossenschaftliche Finanzgruppe

Neue potentialstarke Partner an Bord

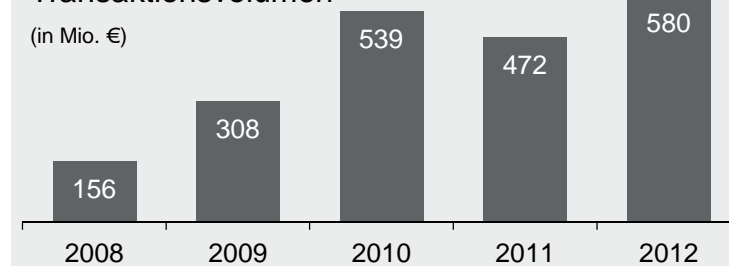
Vertragspartner



Start: Q II / 2008

Transaktionsvolumen

(in Mio. €)



Zwei Milliarden Euro Transaktionsvolumen kumuliert wurden im Jahresverlauf überschritten.

Weiterhin hohe Investitionen und langer Saleszyklus bei Gewinnung neuer Partner.

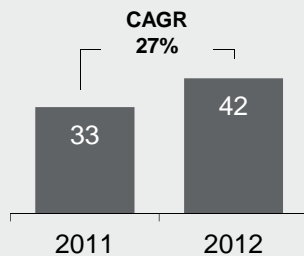
Zahlreiche neue Kooperationen in der Anbahnung.

Implementierung Bausparangebot projiziert.

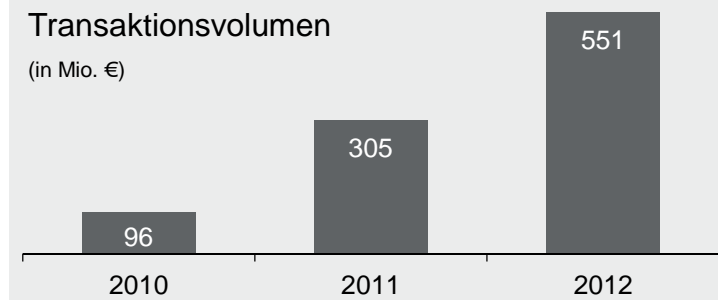
FINMAS – Finanzmarktplatz für Sparkassen

Erfreuliche Wachstumsdynamik stimmt sehr zuversichtlich für die Zukunft

Vertragspartner



Start: Q IV / 2009



Kumuliertes Transaktionsvolumen nähert sich einer Milliarde.

Weiterhin hohe Investitionen und langer Saleszyklus bei Gewinnung neuer Partner.

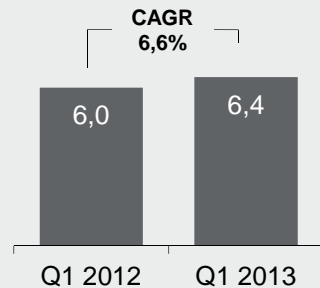
Erstes bedeutendes Institut fungiert als reine Vertriebsparkasse.

Implementierung Bausparangebot für erste Landesbausparkasse steht an.

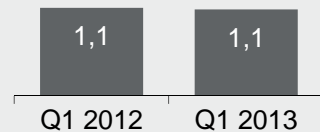
Solide Ertragsentwicklung in einem weiter stabilen Marktumfeld

Kennzahlen des Geschäftsbereichs Finanzdienstleister

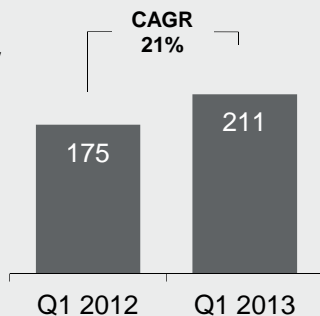
Umsatz*
(Mio. €)



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.

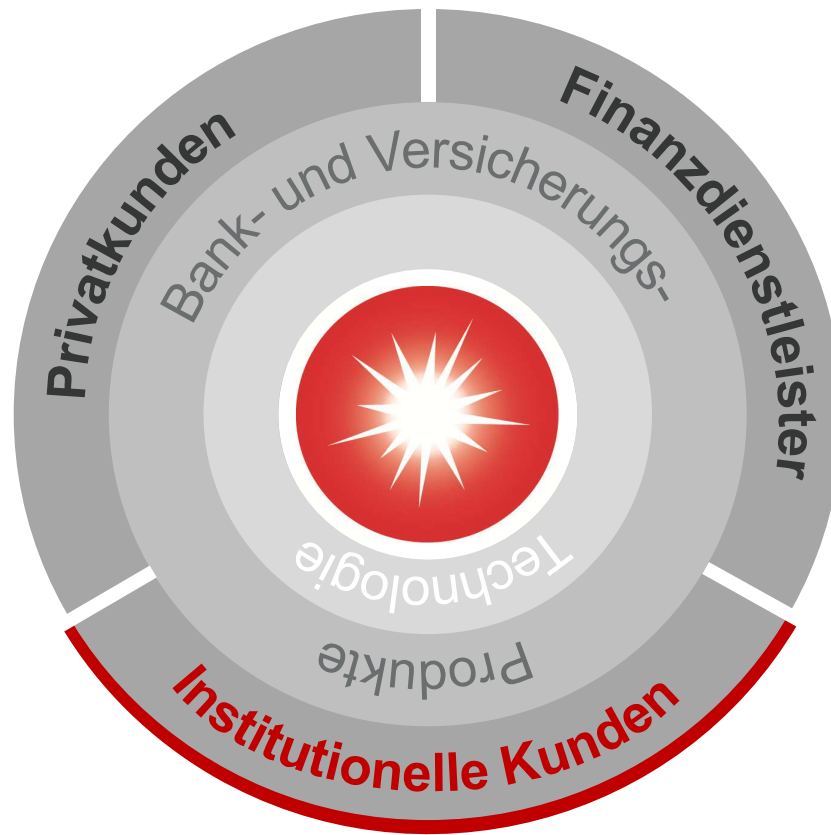
Wachsende Anzahl von Kooperationsanfragen.

* Aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

Drei Geschäftsbereiche – Ein Konzern

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden

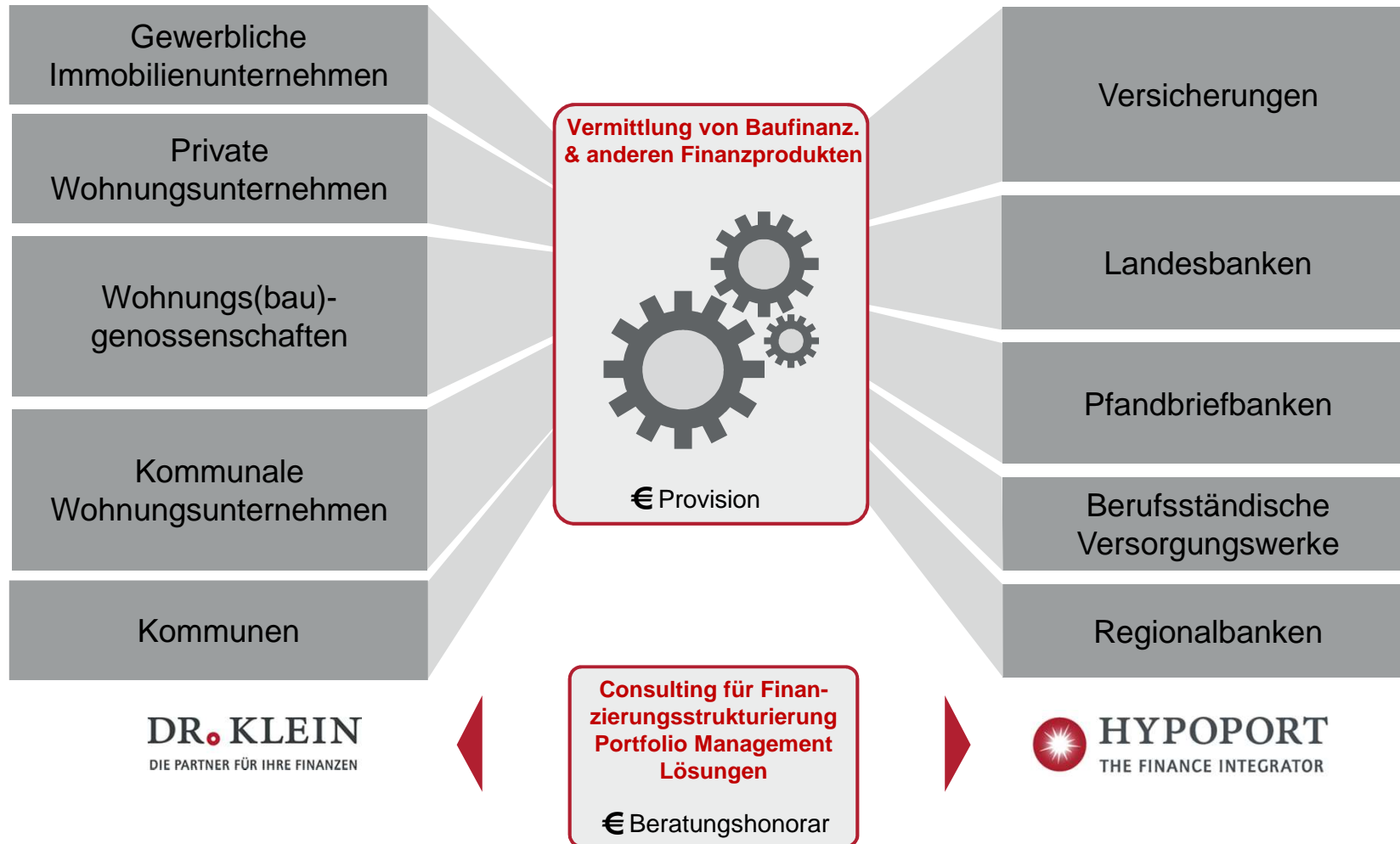
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



EUROPACE

Große Produktvielfalt garantiert starke Marktposition

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden



Ordentliche Umsatz- und Ertragsentwicklung

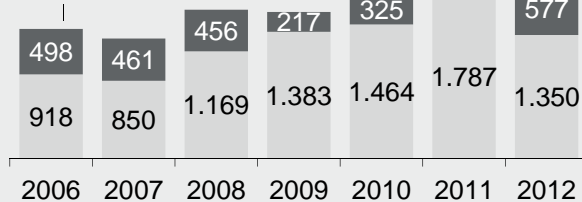
Kennzahlen des Geschäftsbereichs Immobilienfirmenkunden

Vermittlungsvolumen

(Mio. €)

■ Prolongationen
□ Neugeschäft

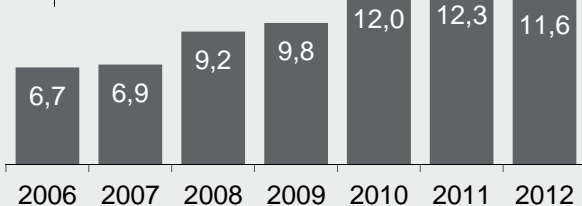
CAGR
9%



Umsatz

(Mio. €)

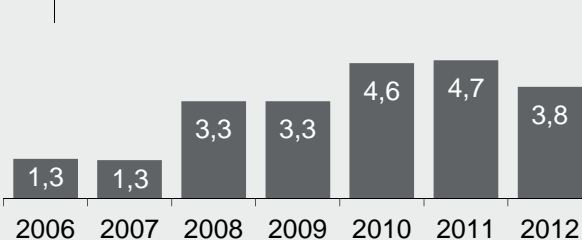
CAGR
10%



EBIT

(Mio. €)

CAGR
20%



Ordentlicher, wenn auch nicht ganz so erfolgreicher Geschäftsverlauf wie in den beiden Vorjahren. Schwächeres Neugeschäft wird durch Prolongationen kompensiert. „Lethargische“ Zinsentwicklung führt zu weniger Forwardfinanzierungen.

Verstärktes Angebot für großvolumige Geschäfte von Seiten der Versicherungswirtschaft.

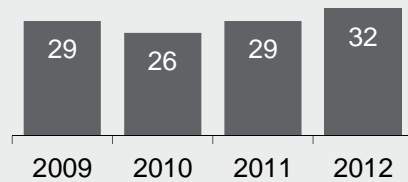
Neue Produktideen, wie z. B. das flexible Darlehenskontingent oder das Dr. Klein-EnergieEffizienzDarlehen, sichern Dr. Klein ein Alleinstellungsmerkmal in der gewerblichen Wohnungswirtschaft.

Consulting sowohl für Immobilieninvestoren als auch für Emittenten haben soliden Geschäftsverlauf auf Vorjahresniveau.

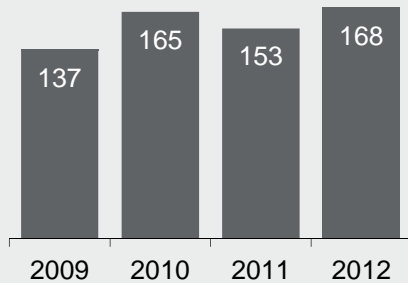
Stabile Zahl der Finanzierungspartner, Versicherungsgeschäft wächst

Weitere Kennzahlen des Geschäftsbereiches Institutionelle Kunden

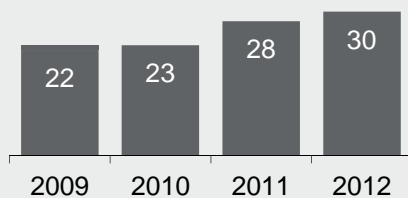
Anzahl der Darlehensgeber



Anzahl der Kunden Finanzierungsvermittlung



Anzahl Versicherungskunden



Zahl der Darlehensgeber stabil, auch wenn die konkreten Adressen dahinter wechseln.

Die Zahl der Finanzierungskunden liegt trotz niedrigerem Volumen über Vorjahr. Die Volumina pro Kunde waren etwas niedriger.

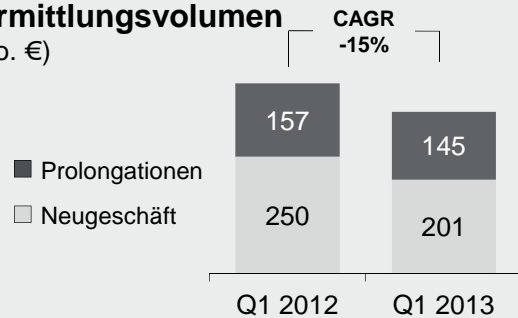
Zahl der Versicherungskunden steigt kontinuierlich.

Solider Geschäftsverlauf mit strategisch wichtigen Weichenstellungen

Aktuelle Entwicklung im laufenden Geschäftsjahr

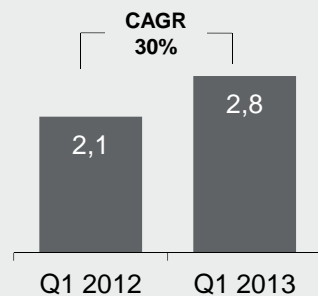
Vermittlungsvolumen

(Mio. €)



Umsatz

(Mio. €)



EBIT

(Mio. €)



Geschäftsverlauf im Rahmen der normalen Volatilität weiterhin geprägt durch seitwärts gerichtete Zinsentwicklung. Pipeline für die kommenden Monate sehr gut gefüllt.

Das Dr. Klein-EnergieEffizienzDarlehen findet im Markt hohe Beachtung und wird positive Impulse durch die Erweiterung der KfW-Programme für energetische Investition auf die Laufzeitvariante 10/10/10 ab Juni 2013 erhalten.

Schwerpunkte in diesem Jahr wird das Angebot attraktiver Finanzierungsmodelle für den Wohnungsneubau, die Entwicklung neuer Finanzierungslösungen zur Festigung der Marktposition und der Ausbau unserer Consultingdienstleistungen sein.



Inhalt

1. Marktumfeld
 2. Entwicklung der Geschäftsbereiche
 3. **Kennzahlen im Überblick und Ausblick**
 4. Bericht zum Aktienrückkauf und Entwicklung der Aktie
- 

Entwicklung von Europace für die Niederlande wird aufgegeben

Hypoport Stater B. V.

Gründung

16.01.2007 Gründung der Hypoport Stater B.V. als Joint Venture zwischen der Hypoport AG und der Stater N.V.

Idee: Entwicklung von EUROPACE für die Niederlande.

Der Vermittlermarkt in den Niederlanden ist zu diesem Zeitpunkt doppelt groß wie der Deutsche.

Aufgabenteilung

IT-Entwicklung erfolgt durch Hypoport
Vertrieb soll durch Stater erfolgen

Umsetzung der landesspezifischen Anpassungen durch ein Entwickler-Team der Hypoport AG.

Stater als größter Processing-Dienstleister in den Niederlanden soll Bank- und Vertriebspartner gewinnen.

Finanzkrise

Der niederländische Immobilienfinanzierungsmarkt bricht deutlich ein

Gewinnung von Partnern ist langwieriger als erwartet.

Im Zuge der Finanzkrise bricht der niederländische Immobilienfinanzierungsmarkt ein und schrumpft auf knapp die Hälfte seines ursprünglichen Volumens.

Aufgabe und Kosten

Beschluss die Entwicklung von Europace für die NL einzustellen.

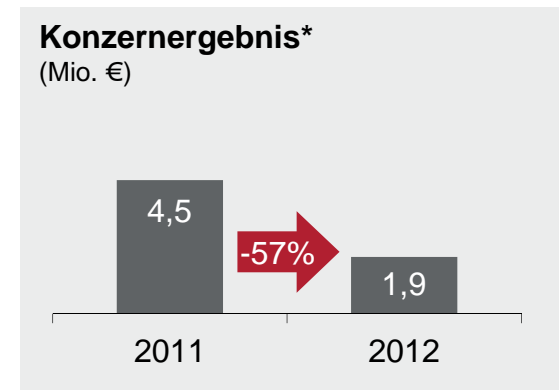
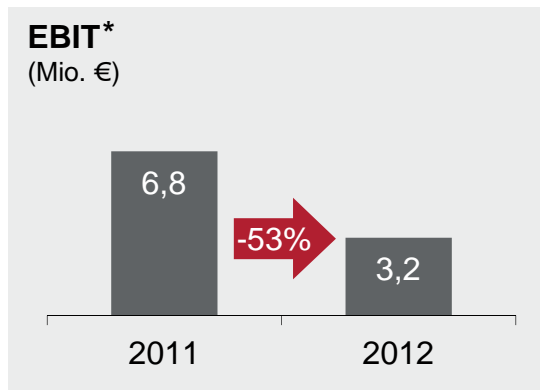
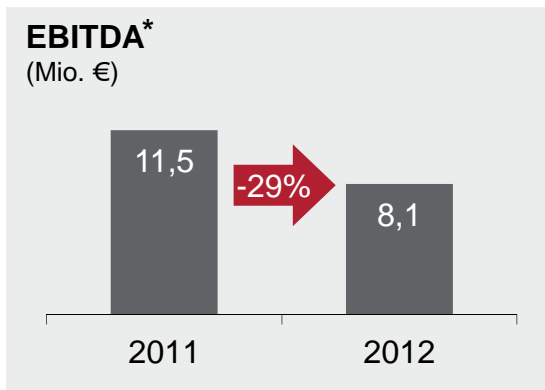
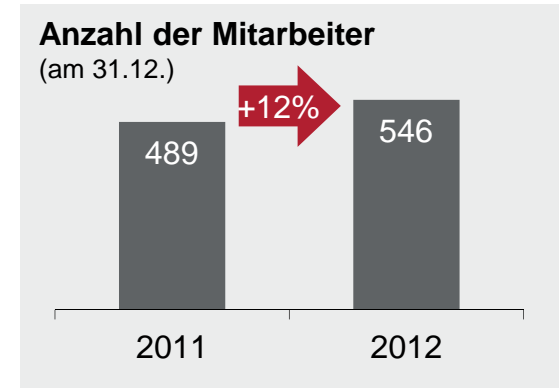
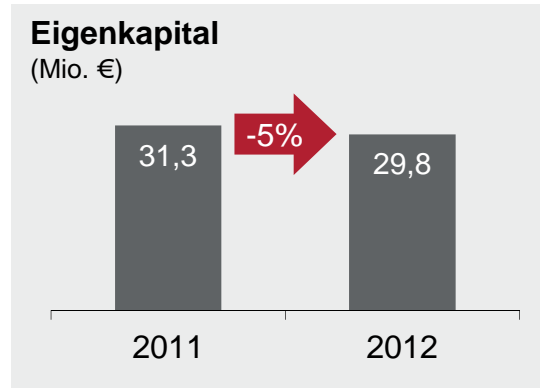
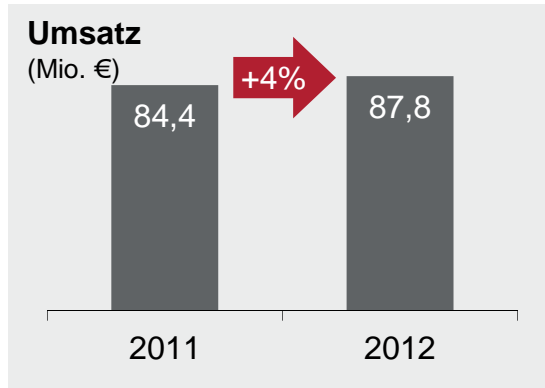
Das Joint Venture wird aufgegeben

Einmalige Abschreibungen i. H. v. 1,2 Mio. € sowie 700 T€ Steueraufwand belasten das Konzernergebnis 2012.

Zukünftig entfallende Aufwendungen entlasten Konzernertrag i. H. v. jährlich ca. 1 Mio. Euro.

Zahlreiche Marktverwerfungen verlangsamten Entwicklung des Hypoport-Konzerns

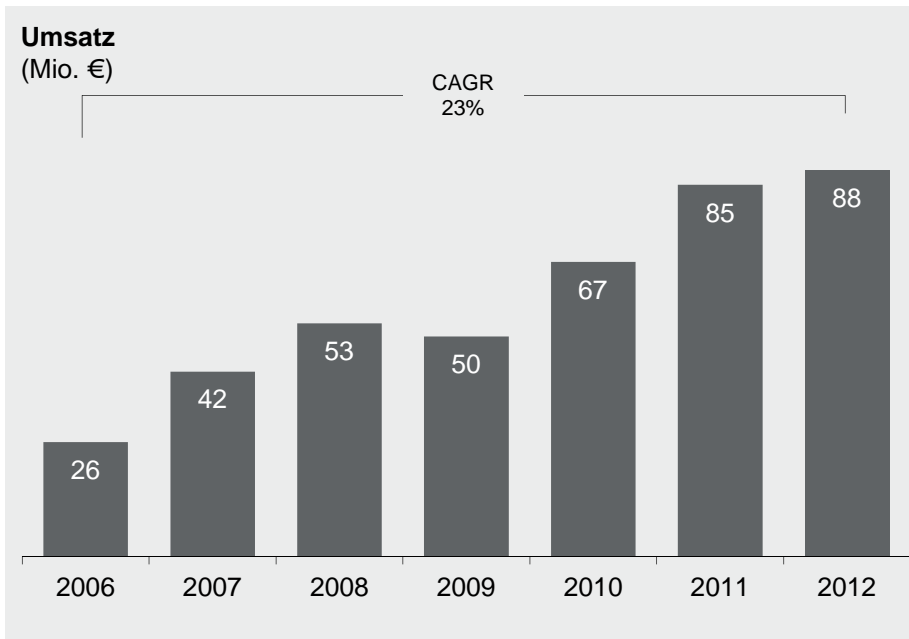
Kennzahlen des Hypoport-Konzerns zum 31. Dezember 2012 im Überblick



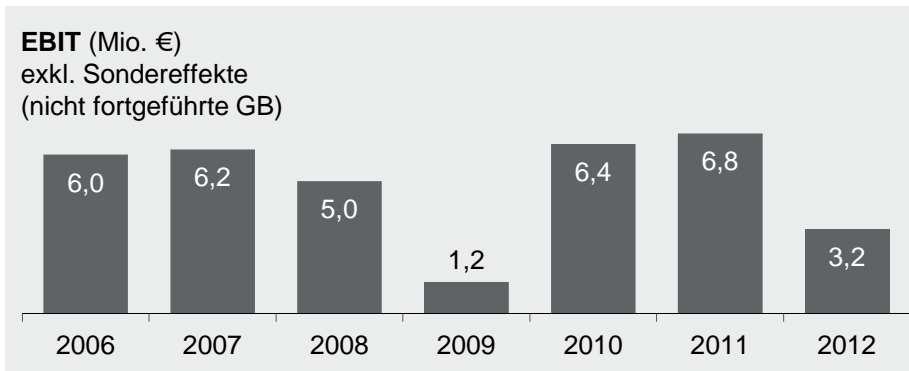
*aus fortgeführten Geschäftsbereichen

Hypoport setzt langfristiges Wachstum fort

Überblick: Finanzkennzahlen des Hypoport-Konzerns



Wachstumsorientiertes Geschäftsmodell.
Krisen seit 2008 bremsen das Wachstum.



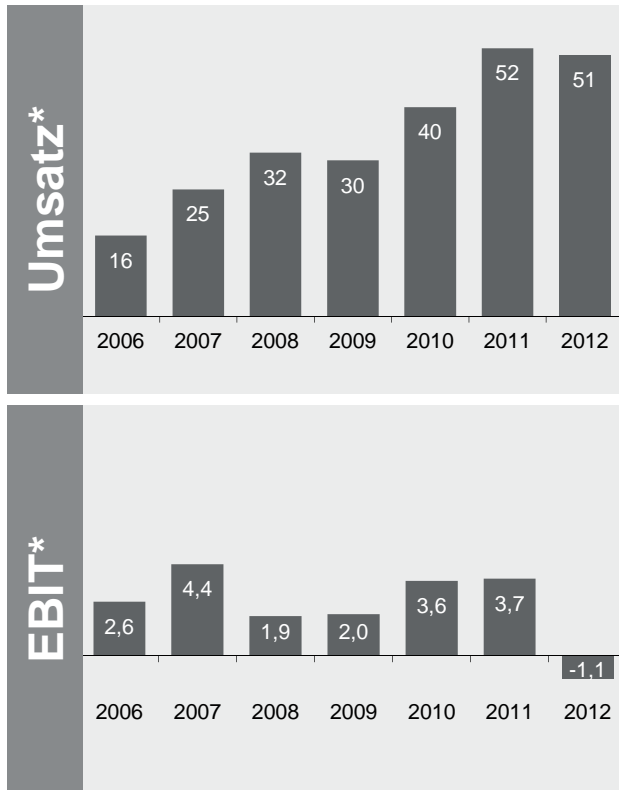
Steigende Investitionen und Vertriebskosten zur Unterstützung der Wachstumsstrategie.
Erträge seit 2008 durch Finanzkrise beeinflusst.

Hypoport setzt langfristiges Wachstum fort

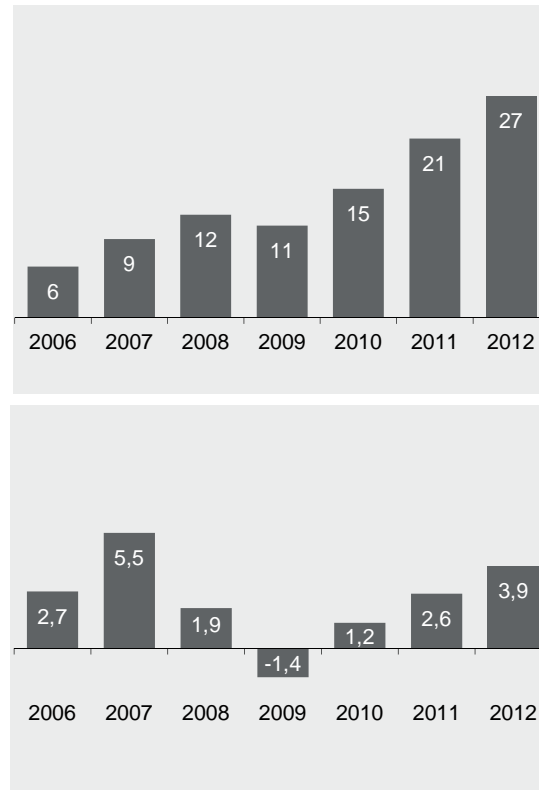
Überblick über die Ergebnisse der Geschäftsbereiche



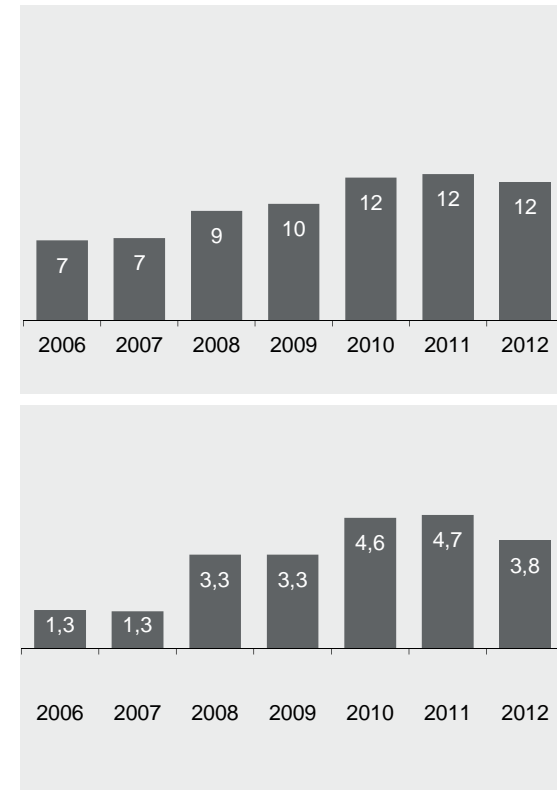
Privatkunden



Finanzdienstleister

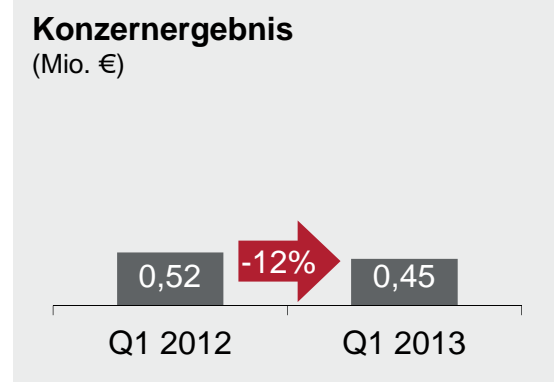
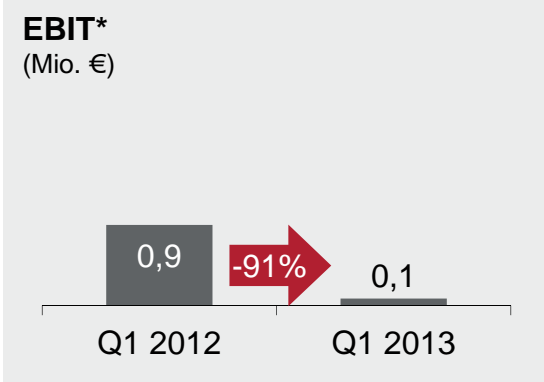
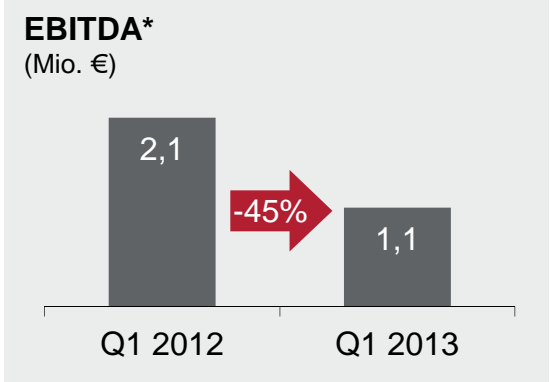
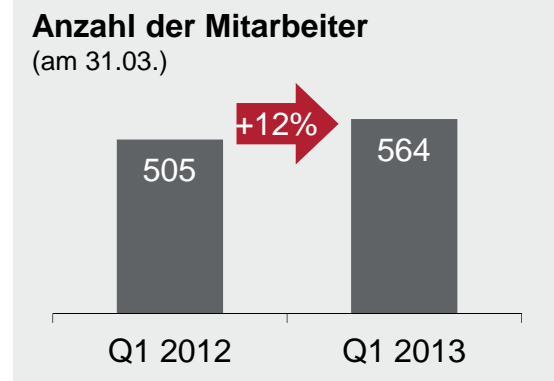
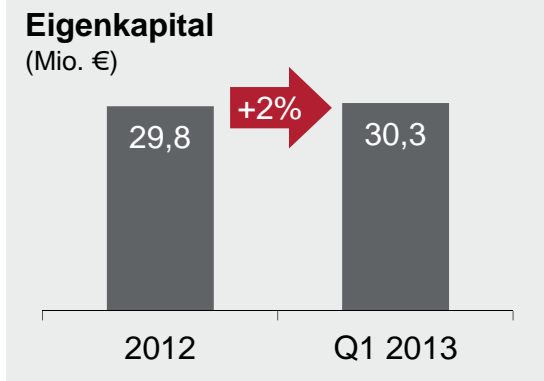
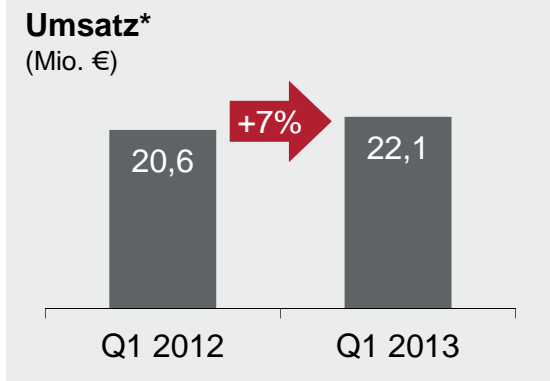


Institutionelle Kunden



Ergebnis unter den Erwartungen

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



* Aus fortzuführenden Geschäftsbereichen

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.



Inhalt

1. Marktumfeld
 2. Entwicklung der Geschäftsbereiche
 3. Kennzahlen im Überblick und Ausblick
 4. **Bericht zum Aktienrückkauf und Entwicklung der Aktie**
- 

Aktienrückkauf zur Weitergabe von Aktien an Mitarbeiter

Bericht über den Aktienrückkauf

Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2012 hat die Hypoport AG von ihrer Ermächtigung der Hauptversammlung vom 4. Juni 2010 zum Erwerb eigener Aktien Gebrauch gemacht. Aufgrund eines vom Vorstand am 2. Mai 2012 mit Zustimmung des Aufsichtsrats beschlossenen Aktienrückkaufprogramms, das von der Close Brothers Seydler Bank nach den entsprechenden gesetzlichen Vorgaben (sog. Safe Harbor) umgesetzt und durchgeführt wurde, sollten im Zeitraum von 8. Mai 2012 bis spätestens 31. Dezember 2012 insgesamt bis zu 60.000 eigene Aktien zu einem Gesamterwerbspreis (ohne Erwerbsnebenkosten) von bis zu 900.000,- Euro erworben werden.

Zweck des Aktienrückkaufprogramms war die Bedienung von Mitarbeiterbeteiligungsprogrammen sowie sonstige Formen der Zuteilung von Aktien an Mitarbeiter der Gesellschaft und des Hypoport-Konzerns.

Das Aktienrückkaufprogramm hat am **8. Mai 2012** begonnen und wurde am **6. August 2012** abgeschlossen. Insgesamt hat die Hypoport AG in diesem Rahmen **60.000** eigene **Aktien** erworben. Dies entspricht 0,97 % des Grundkapitals der Hypoport AG und liegt damit innerhalb der vom Aktiengesetz vorgegebenen 10 %-Grenze. Der Gesamterwerbspreis (ohne Erwerbsnebenkosten) betrug insgesamt **611.003,20 Euro**.

Die Einzelheiten hierzu sowie die Anzahl der jeweils erworbenen Aktien und der Erwerbspreis wurden in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Anforderungen regelmäßig und unverzüglich auf der Internetseite der Gesellschaft veröffentlicht und sind dort weiterhin unter <http://www.hypoport.de/Aktienrueckkaufprogramm.html> zugänglich.

Insgesamt 385 der so erworbenen eigenen Aktien wurden bereits im Geschäftsjahr 2012 an Mitarbeiter des Hypoport-Konzerns als Bonusgratifikation ausgegeben. Zum Ende des Geschäftsjahres 2012 verfügte die Hypoport AG über 60.656 eigene Aktien; dies entsprach 0,98 % des Grundkapitals der Hypoport AG und lag somit innerhalb der vom Aktiengesetz vorgegebenen 10 %-Grenze. Weitere Informationen zu den eigenen Anteilen finden sich im Punkt 4.10 des Anhangs des Geschäftsberichts.

Unternehmensentwicklung zeigt sich nicht in der Kursentwicklung

Tagesschlusskurse der Börse Frankfurt 1. Januar 2012 – 31.12.2012



Vielen Dank