

Hypoport setzt Rekordjahr fort

Geschäftszahlen für die ersten neun Monate 2015



Inhalt

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

Kontinuierlicher Rückgang der langfristigen Zinsen in Q2 durchbrochen

Entwicklung der zentralen Zinssätze und der Immobilienfinanzierungen in Deutschland



Marktumfeld für Finanzdienstleistungen wandelt sich tiefgreifend

Entwicklung und Einfluss des Marktumfelds der relevanten Finanzdienstleistungsprodukte

Private Versicherung

Privatkunden



- Niedrigzinsumfeld macht LV/PKV weiter unattraktiv



- Weiter hoher Regulierungsdruck



Gewerbliche Finanzierung

Institutionelle Kunden



- Wohnungswirtschaft muss Wohnraum schaffen



- Zahl der Transaktionen im Markt gestiegen

Private Finanzierung

Privatkunden, Finanzdienstleister



- Strukturelles Marktwachstum durch Neubauten & Preisentw.



- Sondereffekt durch Zinsimpulse im Frühjahr



- Wohnimmobilienkreditrichtlinie beschäftigt Produkthanbieter

Bausparen

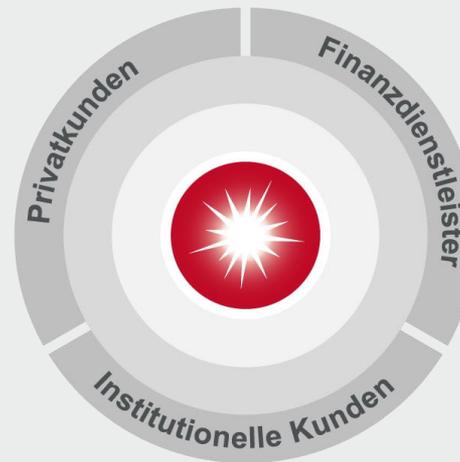
Finanzdienstleister, Privatkunden, Institutionelle Kunden



- Zur Zinssicherung nachgefragt



- Als Sparprodukt geringe Nachfrage





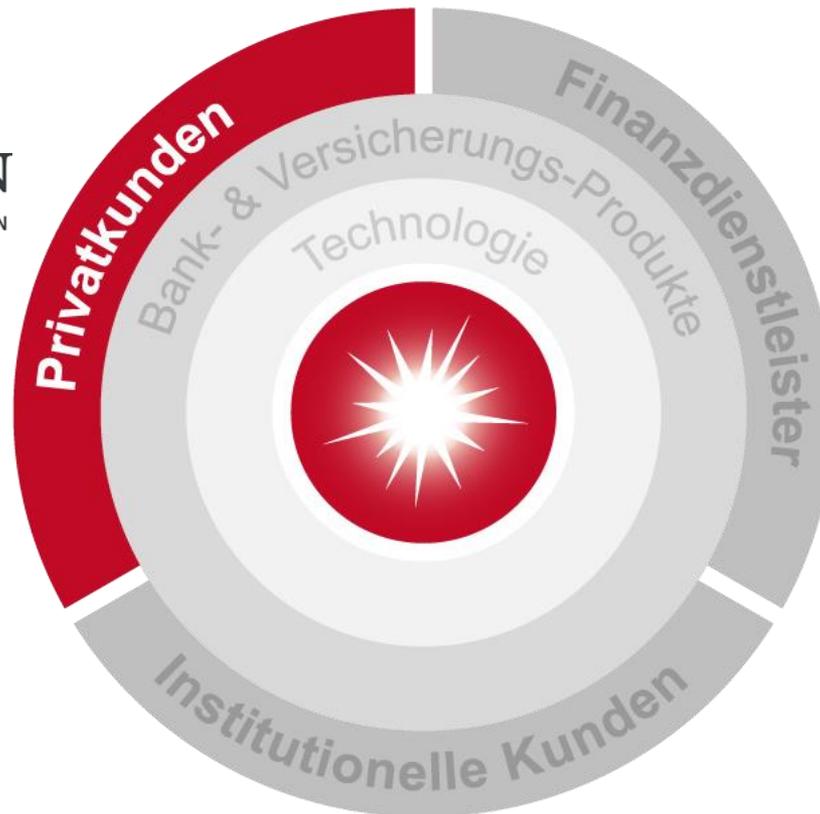
Inhalt

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

Geschäftsbereich Privatkunden

Vorstellung der Segmentergebnisse

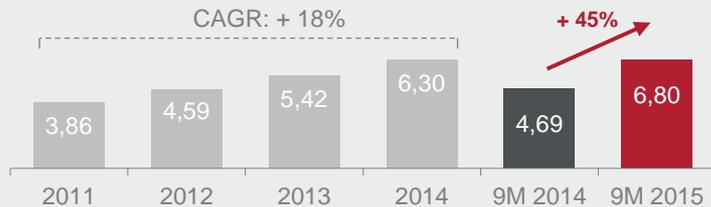
DR. KLEIN
DIE PARTNER FÜR IHRE FINANZEN



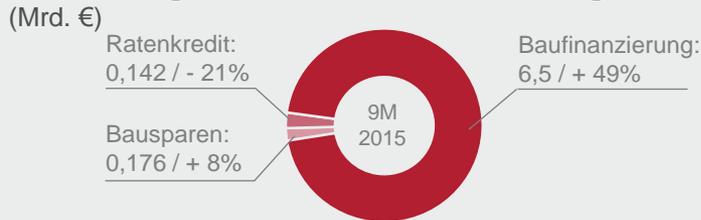
Wachstum in der privaten Immobilienfinanzierung weiter stärker als Marktentwicklung

Privatkunden: Vermittlungsvolumen Finanzierung und Berateranzahl

Vermittlungsvolumen Finanzierungen (Mrd. €)



Vermittlungsvolumen nach Produktsegment (Mrd. €)



Berater Finanzierung im Filialvertrieb (Anzahl)



- In der Immobilienfinanzierung werden weiterhin deutliche Marktanteile gewonnen.
- Fokussierung auf Bausparen zur Zinsabsicherung bewirkt leicht steigendes Volumen.
- Online-Ratenkreditmarkt ist hart umkämpft. Fokus auf profitable Vor-Ort-Beratung durch Filialvertrieb.
- Produktivitätssteigerung bei Finanzierungsberatern durch Einführung von Europace 2.

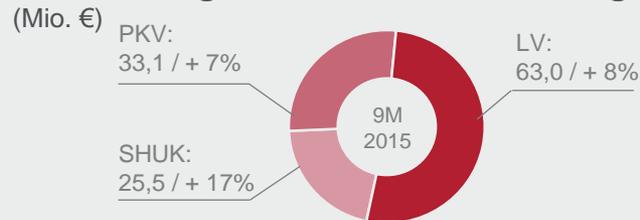
Automatisierung schafft Effizienzgewinn im Versicherungsvertrieb

Privatkunden: Versicherungsbestand und Berateranzahl

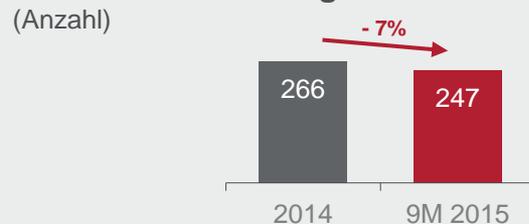
Versicherungsbestand (Mio. €, Jahresprämie)



Versicherungsbestand nach Produktsegment (Mio. €)



Berater Versicherung im Filialvertrieb (Anzahl)

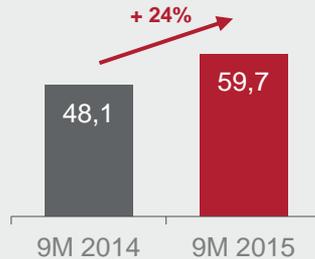


- Wachstum im Versicherungsbestand, insbesondere im nachhaltigen und margenträchtigen SHUK-Segment.
- Neugeschäft bei Kranken- und Lebensversicherungen bleibt aufgrund von weiteren Regulierungen und Niedrigzinsen unter Druck.
- Konzentration auf Berater mit Erfolg in der nachhaltigen Bestandsbetreuung.
- Fortschreitender Automatisierungsgrad in den Vertriebs- und Bestandsprozessen ermöglicht die Realisierung von Skaleneffekten.

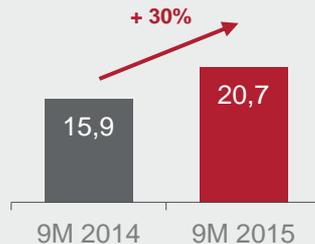
Geschäftsbereich Privatkunden setzt starkes Wachstum fort

Privatkunden: Umsatz, Rohertrag und Ertrag

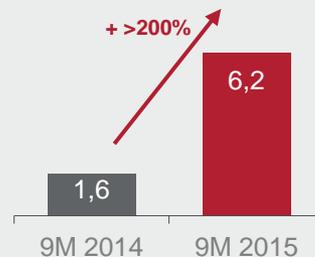
Umsatz (Mio. €)



Rohertrag (Mio. €)



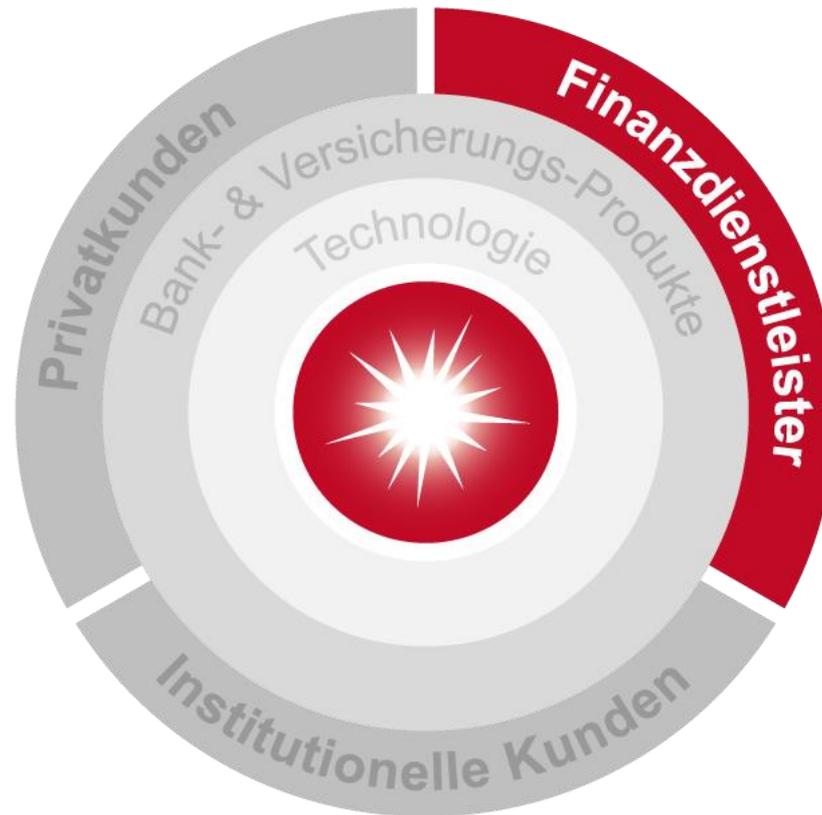
EBIT (Mio. €)



- Ausweitung der Marktanteile im Bereich Finanzierung lässt Umsatz deutlich zweistellig wachsen.
- Konzentration auf produktive Versicherungs-Berater steigert Rohertrag überproportional.
- Aufgrund Vertriebsleistung in der Finanzierung und Effizienzgewinn bei Versicherungen deutlicher EBIT-Sprung.
- Bestes 9-Monats-Ergebnis bei Umsatz und Ertrag.

Geschäftsbereich Finanzdienstleister

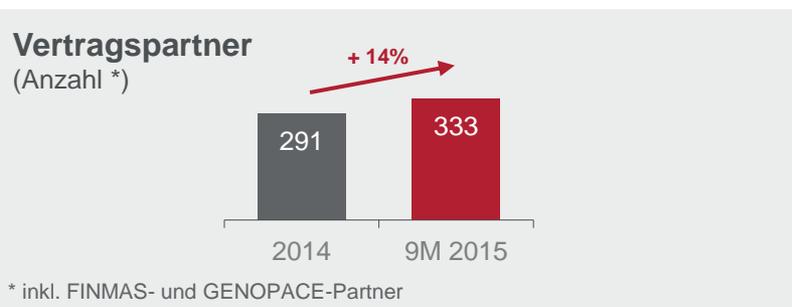
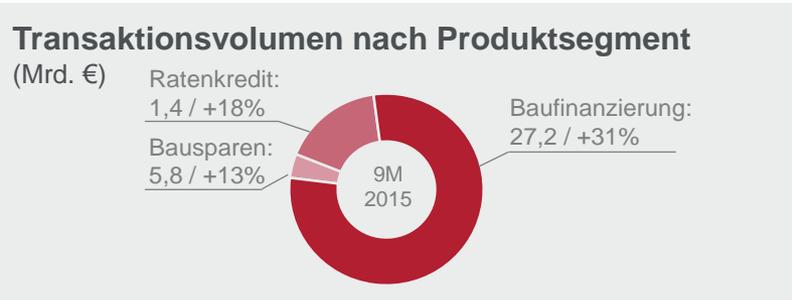
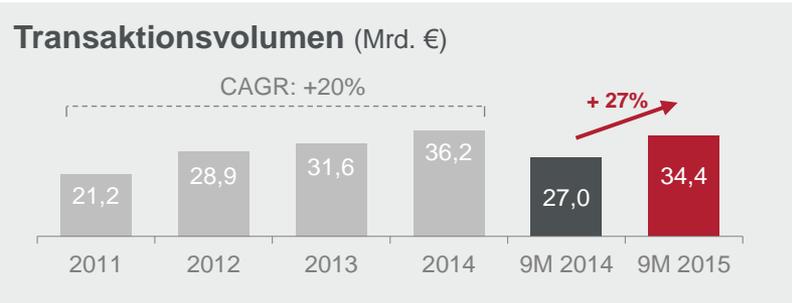
Vorstellung der Segmentergebnisse



 **EUROPACE**

EUROPACE baut Marktposition aus

Finanzdienstleister: Transaktionsvolumen und Partneranzahl



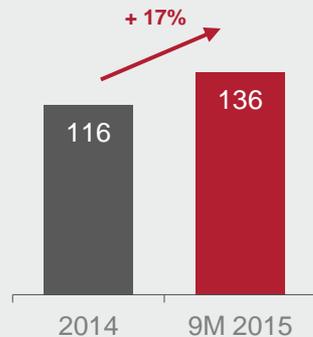
- Immobilienfinanzierung auf EUROPACE gewinnt weiter deutlich Marktanteile.
- Bausparvolumen profitiert von optimierter Cross-Selling-Lösung der Plattform.
- Neues Baufinanzierungs-Frontend EUROPACE 2 wird am Markt gut angenommen.
- Pilotphase des Ratenkredit-Frontends EUROPACE 2 erfolgreich.
- Vollständige Umstellung aller Partner auf EUROPACE 2 in 2016 geplant.
- Gewinnung zusätzlicher Partner verläuft nach Plan.

GENOPACE und FINMAS wachsen weiter

Finanzdienstleister: Partneranzahl von FINMAS und GENOPACE

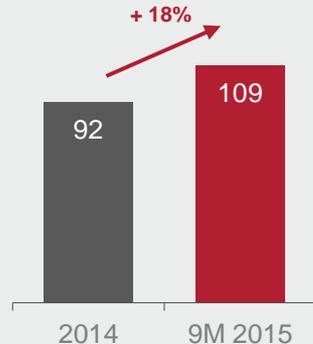
GENOPACE Vertragspartner

(Anzahl)



FINMAS Vertragspartner

(Anzahl)

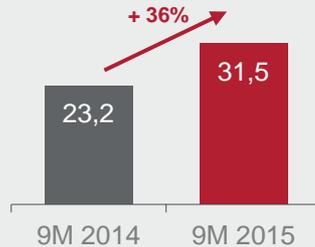


- GENOPACE: 17 der Top 25 Volks- und Raiffeisenbanken sind Vertragspartner.
- FINMAS: 15 der Top 25 Sparkassen sind Vertragspartner.
- Nutzung der Möglichkeiten des Multikanalvertriebs rückt in beiden Segmenten zunehmend in den Fokus.
- Investitionen in langen Sales-Zyklus bei der Partnergewinnung und nachfolgender Nutzungsintensivierung.
- Weiterhin hohes Wachstumspotenzial bei bestehenden und neuen Partnern.

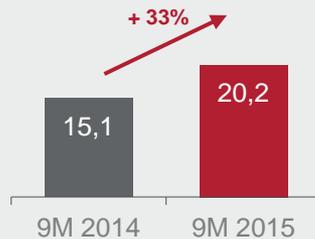
B2B-Marktplatz zeigt Skalierbarkeit

Finanzdienstleister: Umsatz, Rohertrag und Ertrag

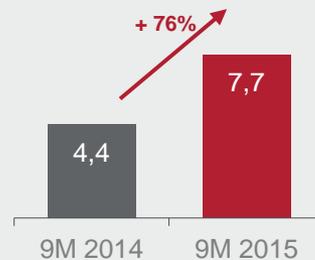
Umsatz (Mio. €)



Rohertrag (Mio. €)



EBIT (Mio. €)



- Stetige Ausweitung der Marktanteile kommt gut voran.
- Der Trend zu langen Zinsbindungsfristen stärkt die Umsätze zusätzlich.
- Bestes 9-Monats-Ergebnis bei Umsatz und Ertrag.

Geschäftsbereich Institutionelle Kunden

Vorstellung der Segmentergebnisse



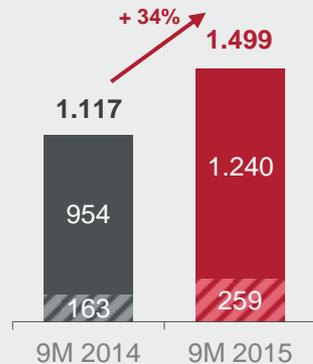
Volumensteigerung verdeutlicht Marktstellung

Institutionelle Kunden: Vermittlungsvolumen und Consulting-Umsatz

Vermittlungsvolumen Finanzierung

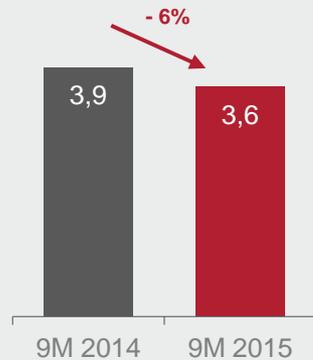
(Mio. €)

■ Neugeschäft
▨ Prolongation



Consulting-Umsatz

(Mio. €)

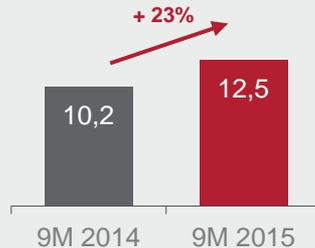


- Weiter starkes Wachstum des Finanzierungsvolumens in den ersten neun Monaten.
- Rückgang des Consulting-Umsatzes aufgrund von geringeren Immobilientransaktionen.

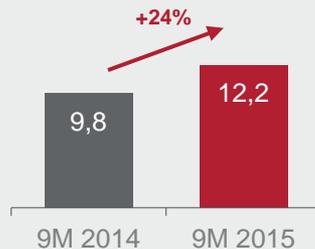
Starke Einzelabschlüsse unterstützen Ertragsentwicklung

Institutionelle Kunden: Umsatz, Rohertrag und Ertrag

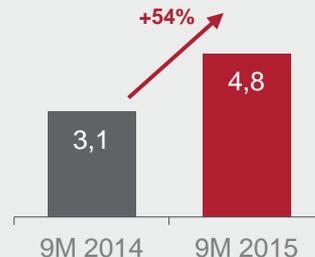
Umsatz (Mio. €)



Rohertrag (Mio. €)



EBIT (Mio. €)



- Zusätzlich zum Grundgeschäft wurden einzelne hochvolumige und margenstarke Finanzierungen vermittelt.
- Weiter hohes Potenzial durch gefüllte Vertriebs-Pipeline und neue Geschäftsfelder.
- Bestes 9-Monats-Ergebnis bei Umsatz und Ertrag.



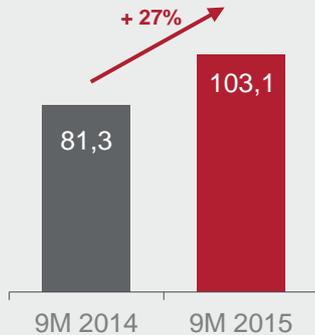
Inhalt

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

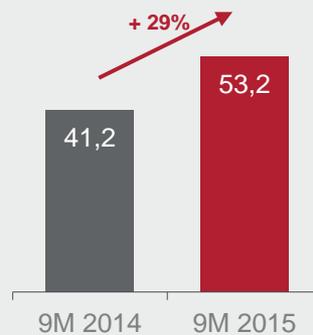
Hypoport setzt Rekordjahr fort

Hypoport-Kennzahlen im Überblick

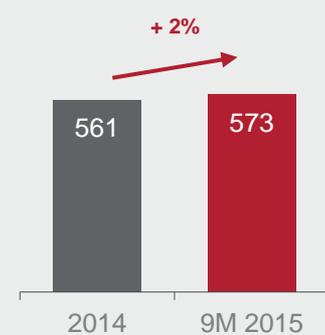
Umsatz
(Mio. €)



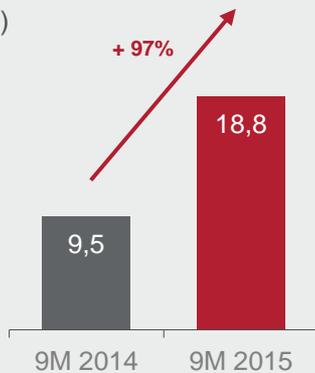
Rohrertrag
(Mio. €)



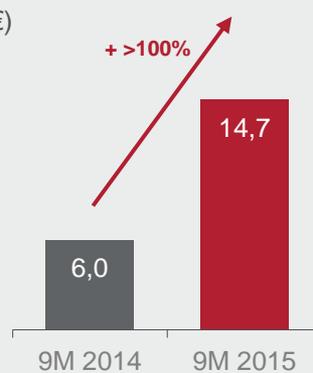
Anzahl der Mitarbeiter
(Ø Headcount)



EBITDA
(Mio. €)



EBIT
(Mio. €)



Konzernergebnis
(Mio. €)





Inhalt

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

Investor-Relations-Aktivitäten wurden ausgeweitet

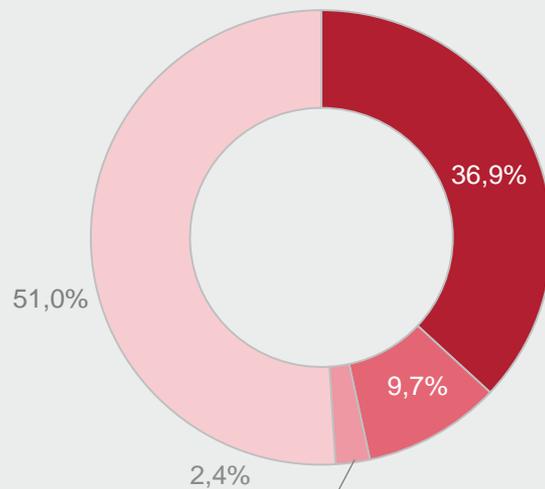
Aktionärsstruktur, Aktienrückkaufprogramme und Investor-Relations-Aktivitäten

Aktionärsstruktur zum 30. September 2015

Festbesitz

- Ronald Slabke (Founder, CEO)
- Deutsche Postbank AG
- Eigene Aktien der Gesellschaft

Streubesitz



Aktienrückkaufprogramme zum 30. September 2015

Jahr	Erworbene Aktien	Max. Kurs
2015	44.019 Stücke	40,00 €
2015	33.655 Stücke	19,00 €
2014	26.045 Stücke	13,00 €

Investor-Relations-Aktivitäten

Datum	Veranstaltung	Ort
11/2015	Deutsches Eigenkapitalforum	Frankfurt a. M.
11/2015	Prior Kapitalmarktkonferenz	Frankfurt a. M.
09/2015	Bausektorkonferenz	Frankfurt a. M.
08/2015	Small Cap Conference	Frankfurt a. M.
08/2015	H1/15 Conference Call	Bundesweit
05/2105	Roadshow	Frankfurt a. M.

Zusätzlich diverse One-On-Ones

Aktienkurs folgt den erfolgreichen Geschäftszahlen

Kursverlauf, Research und S-Dax-Ranking

Kurs der Hypoport-Aktie (Tagesschlusskurse, Xetra, Euro) zum 30. Oktober 2015



Research

Analyst	Empfehlung	Kursziel	Datum
ODDO Seydler	Kaufen	57,00 €	23.10.2015
Börse Online	Kaufen	50,00 €	17.09.2015
Montega	Kaufen	37,00 €	23.07.2015

S-Dax-Ranking Hypoport

Datum	Rank MarketCap	Rank Turnover 12M
30.09.2015	110	114
30.06.2015	120	122
31.03.2015	128	129

Indizes: GEX, DAX Int. Mid 100 Quelle: Deutsche Börse



Inhalt

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

Hypoport wird das profitable Wachstum fortsetzen

Konzernausblick für das Gesamtjahr 2015

Wir setzen die Strategie der Gewinnung weiterer **Marktanteile** in allen Geschäftsbereichen konsequent fort. Wir gestalten die Märkte durch Produktinnovationen und bauen unseren Technologievorsprung aus. Gleichzeitig nutzen wir die erreichten Positionen verstärkt für die **Verbesserung unserer Profitabilität**.

Bei den **Privatkunden** streben wir einen starken Ausbau des Finanzierungsgeschäftes, eine Sanierung verbunden mit Bestandswachstum im Versicherungsgeschäft und eine **systematische Verbesserung unserer Margenstruktur** an.

Im Bereich **Finanzdienstleister** steigern wir die **Durchdringung aller Marktsegmente** mit unserer Plattform. Zudem soll durch die Ausweitung der Produkt- und Dienstleistungspalette die **Integrationstiefe** der Partner weiter erhöht werden.

Der Geschäftsbereich **Institutionelle Kunden** wird sein nachhaltiges Wachstum durch Nutzung der Innovationsführerschaft in der Branche und eine erfolgreiche **Ausweitung der Produktpalette** weiter fortsetzen.

Hypoport erwartet für 2015 ein prozentual zweistelliges Umsatzwachstum. Zusätzlich rechnet Hypoport mit einem Anstieg der EBIT-Marge und daraus resultierend einem überproportionalen Ertragszuwachs.