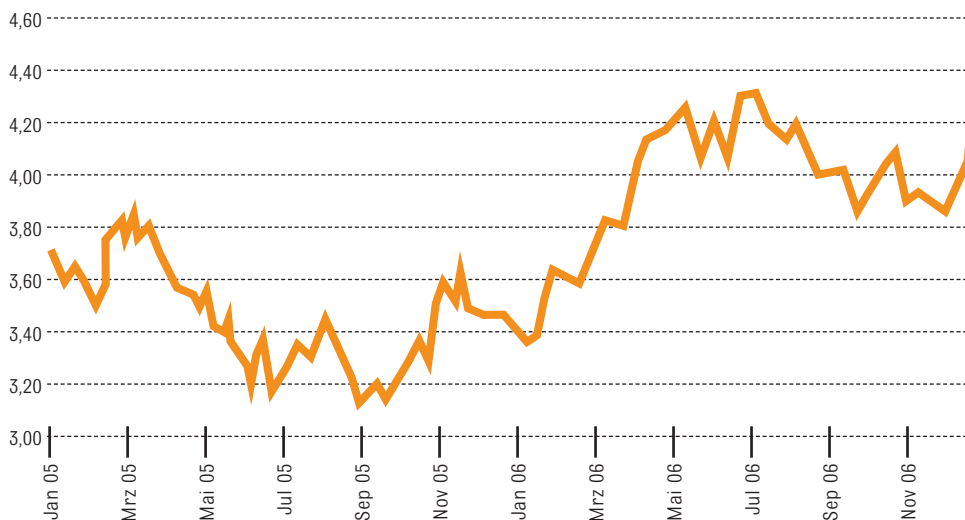


Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Das Jahr 2006 war durch eine volatile Entwicklung der Konjunktureinschätzungen und damit auch der Kapitalmarktzinsen geprägt. Während die US-Notenbank bis Juni vor dem Hintergrund eines starken Wachstums und stark steigender Öl- und Rohstoffpreise die Leitzinsen bis auf 5,25% anhub, wurde die mittelfristige Wachstumseinschätzung der Investoren am Anleihemarkt immer negativer. Da im zweiten Halbjahr auch die Ölpreise sehr deutlich nachgaben, blieben die Renditen für 10-jährige US-Anleihen immer klar unter 5% – eine inverse Zinsstrukturkurve war das Ergebnis. Da wider Erwarten die Konjunktur im größten Euroland-Markt Deutschland in 2006 mit +2,7% sehr stark zulegte, bekam auch die Europäische Zentralbank die Möglichkeit, die Leitzinsen bis auf 3,50% anzuheben und sich damit in die Richtung eines aus ihrer Sicht neutralen Leitzinsniveaus zu bewegen. Vor dem Hintergrund dieser Leitzinserhöhungen sind die Renditen für 10-jährige Pfandbriefe im ersten Halbjahr um rund 100 Basispunkte gestiegen, haben diesen Trend aufgrund der Entwicklung am US-Zinsmarkt im zweiten Halbjahr aber nicht fortgesetzt. Damit ist auch in Euroland die Zinsstrukturkurve extrem flach geworden. Da sich der von vielen Investoren erwartete Zinssenkungsschritt der US-Notenbank immer noch nicht abzeichnet, ist bei den Marktteilnehmern, die in langlaufende Anleihen investieren, die Nervosität zuletzt gewachsen und steigende Kapitalmarktzinsen zum Jahresende waren die Folge.

Renditen 10-jährige Pfandbriefe in %



Branchenentwicklung

Das von der Bundesbank gemeldete Neugeschäftsvolumen von 188 Mrd. EUR in 2006 ergibt auf den ersten Blick ein sehr positives Bild für die Gesamtmarktentwicklung. Eine genauere Betrachtung bringt jedoch die Besonderheiten im Jahresverlauf zutage: So beträgt das Volumen für das erste Halbjahr rund 100 Mrd. EUR und macht damit – im Gegensatz zum klassischen Zyklus – deutlich mehr als die Hälfte des Gesamtjahres aus. Hauptursachen sind die nachlaufende Sonderkonjunktur nach dem Wegfall der Eigenheimzulage Ende 2005 sowie ein sehr starker Zuspruch für KfW-Sonderprogramme. Diese Sondereffekte schätzen wir auf rund 15 Mrd. EUR, von denen rund 10 Mrd. EUR Immobilientransaktionen, die noch Ende 2005 abgeschlossen wurden, zuzurechnen sein dürften. Das zweite Halbjahr bewegte sich dagegen mit einem Volumen von 88 Mrd. EUR wieder auf dem durchschnittlichen Niveau der vergangenen Jahre.

*Der Wegfall der **Eigenheimzulage** führte zu einem schwächeren Gesamtmarkt im ersten Halbjahr.*

- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> Geschäft und Strategie
- >> Organisation
- >> Geschäftsverlauf
- >> Risikobericht
- >> Prognosebericht

*Im Jahr 2006 stagnierte der
deutsche Immobilienmarkt.*

Um ein umfassendes Bild von der um die Sondereffekte bereinigten Nachfrage zu erhalten, gilt es, den Markt für Immobilientransaktionen von privaten Haushalten in 2006 zu analysieren. Hier ergibt sich aus den Daten der Gutachterausschüsse in elf großen deutschen Städten ein Rückgang der Aktivität um 16% gegenüber 2005. Die Anzahl der Transaktionen lag damit auf dem Niveau von 2004, aber sogar noch unter dem Niveau der Jahre 2002 und 2003. Erst im vierten Quartal stellte sich nach neun sehr schwachen Monaten wieder eine Normalisierung am Transaktionsmarkt ein. Auch bei den Preisen für Neubau- und Bestandsimmobilien sind in der Breite des deutschen Marktes in 2006 de facto keine Steigerungen bemerkbar gewesen. Eine Ausnahme bilden spezielle Mikrolagen in gefragten Ballungsgebieten und Teilen Berlins, in denen zum Teil deutliche Preissteigerungen spürbar waren. Die Mieten sind in Deutschland mit 1% in 2006 weniger gestiegen als das Inflationsniveau. In gefragten, beschäftigungsstarken Ballungsgebieten zeigen sich allerdings erste Tendenzen zu höheren Mietpreisen. Wir sehen den deutschen Wohnimmobilienmarkt damit immer noch in der späten Phase einer Baisse. Mit steigender Beschäftigung, positiver Konsumstimmung und drastischen Veränderungen in der Eigentümerstruktur am Mietwohnungsmarkt durch professionelle Investoren ist allerdings die Basis für eine mittelfristige Markterholung gelegt.

Interhyp – Geschäft und Strategie

Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur

Geschäftstätigkeit

Die Interhyp AG ist Deutschlands führender unabhängiger Anbieter von privaten Baufinanzierungen. Als Broker vergibt Interhyp selbst keine Darlehen, sondern wählt aus 50 Banken die optimale Finanzierung für den Kunden aus. Dabei setzen wir auf kompetente, persönliche und unabhängige Beratung durch unsere mehr als 200 Finanzierungsspezialisten. Kernzielgruppe sind Privatkunden, die eine Immobilie bauen oder kaufen wollen und dafür eine maßgeschneiderte Finanzierungslösung suchen. Außerdem helfen wir Kreditnehmern dabei, nach Ablauf der Zinsbindung für ihre Anschlussfinanzierung die Struktur optimal an mögliche neue individuelle Gegebenheiten und das Zinsumfeld anzupassen.

Voraussetzung für eine individuelle Beratung ist eine Finanzierungsanfrage, die alle wichtigen Informationen zur finanziellen Situation des Kunden wie auch zum Objekt selbst enthält. Im Beratungsprozess steht jedem Kunden dann sein persönlicher Berater zur Seite, der ihn während des gesamten Prozesses begleitet. Dabei nutzen unsere Berater die selbst entwickelte Softwareplattform eHyp, die im Kundengespräch hohe Effizienz und absolute Fokussierung auf den Kunden ermöglicht. Denn mit Hilfe von eHyp kann jeder Berater die Kundendaten mit den individuellen Kreditvergaberichtlinien der einzelnen Finanzierungspartner in Echtzeit abgleichen und die Konditionen für die optimale Finanzierungsstruktur kalkulieren. In diesen Prozess ist unser Kunde „live“ mit einbezogen, sei es am Telefon oder im persönlichen Gespräch vor Ort in einer unserer acht Niederlassungen in wichtigen Ballungsgebieten Deutschlands.

Die persönliche Kundenbetreuung nimmt einen hohen Stellenwert ein.

Den 50 Kreditgebern, mit denen wir zusammenarbeiten, ermöglicht diese Vorgehensweise eine hohe Abschlusswahrscheinlichkeit, da die Anfragen nicht bei mehreren Instituten gleichzeitig eingereicht werden. Eine Zusammenarbeit mit Interhyp ersetzt bzw. ergänzt für Produzenten von Baufinanzierungen damit traditionelle und kostenintensivere Vertriebswege. Zudem können die Kreditgeber ihr Angebot für bestimmte Zielgruppen über die Kreditvergaberichtlinien exakt definieren. Die Vergütung für die Vermittlung der Kredite erfolgt bei erfolgreichem Abschluss eines Darlehensvertrages durch die Kreditgeber an Interhyp. Damit profitieren die Banken von einem schlagkräftigen Vertriebsweg für ihre Produkte auf rein variabler Kostenbasis. Dabei werden die Provisionen für unsere Vermittlungstätigkeit nicht über die Laufzeit des Darlehens verteilt gezahlt, sondern als Vergütung bei Zustandekommen eines Kreditvertrags. Darüber hinaus vergüten Kreditinstitute Skaleneffekte, die durch hohe Volumina erreicht werden, mit Zusatzprovisionen.

Rechtliche Struktur

Zur Interhyp-Gruppe gehören neben der Interhyp AG selbst drei weitere Unternehmen, die jeweils 100%ige Tochtergesellschaften der Interhyp AG sind.

Die Tochtergesellschaft Prohyp GmbH ermöglicht unabhängigen Finanzdienstleistern bzw. Vermittlern, ihren Kunden bei der Baufinanzierung die volle Leistungsfähigkeit eines Baufinanzierungs-Brokers anzubieten – ohne selbst die Infrastruktur und die Prozesse dafür schaffen zu müssen. Dabei verbindet Prohyp eine leistungsfähige Systemunterstützung mit einer umfassenden Produktauswahl, attraktiven Konditionen und dem Know-how erfahrener Baufinanzierungsexperten. Prohyp ist mit dieser Dienstleistung die führende unabhängige Immobilienfinanzierungsplattform für Finanzdienstleister in Deutschland. In 2006 entfielen 29,9% des von Interhyp vermittelten Finanzierungsvolumens auf diesen Geschäftszweig.

Die Haselsteiner & Wolsdorf GmbH ist als Vermögensverwalter nach §32 des Gesetzes über das Kreditwesen bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) registriert und betreut gehobene Privatkunden im Rahmen von Verwaltungsmandaten in allen Fragen der Anlage- und Vorsorgestrategie.

- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> **Geschäft und Strategie**
- >> Organisation
- >> Geschäftsverlauf
- >> Risikobericht
- >> Prognosebericht

Dabei werden schwerpunktmäßig Investmentfonds der weltweit führenden Asset Manager eingesetzt. Das Unternehmen wurde 1996 von den Interhyp-Vorständen Robert Haselsteiner und Marcus Wolsdorf gegründet. Ziel der Haselsteiner & Wolsdorf GmbH ist es, vermögende Privatkunden in allen Finanz- und Vermögensfragen unabhängig, kompetent und fair zu beraten und die besten am Markt verfügbaren Angebote auszuwählen. Im Jahr 2003 wurde die Haselsteiner & Wolsdorf GmbH zu 100% erworben.

Die Hausfinanz Beratungsgesellschaft GmbH führt derzeit keinen operativen Geschäftsbetrieb aus.

Vertriebswege

Interhyp nutzt zwei unterschiedliche Vertriebswege für ihre Vermittlungsdienstleistungen:

*Interhyp wendet sich an
Privatkunden und Profis
für Baufinanzierungen.*

Die Interhyp AG bietet ihre Dienstleistungen Interessenten unter der Marke Interhyp direkt an („Privatkundengeschäft“).

Die Tochtergesellschaft Prohyp GmbH richtet sich an unabhängige Finanzdienstleister mit Baufinanzierungsangebot, lokale Baufinanzierungsspezialisten und institutionelle Partner, die mit Hilfe von Prohyp selbst als unabhängige Baufinanzierungsmakler auftreten und auf unsere Produktpalette zugreifen können („Vermittlergeschäft“). Dieses Geschäftsfeld wird unter der eigenständigen Marke Prohyp betrieben.

Diese beiden Vertriebswege stellen gleichzeitig die Segmente der Finanzberichterstattung dar.

Niederlassungen

Im Jahr 2006 haben wir unsere Niederlassungsstrategie nach den ersten vier in 2005 eröffneten Standorten weiter vorangetrieben. So sind weitere vier Niederlassungen in Berlin, Stuttgart, Düsseldorf und Nürnberg gestartet. Bis Ende 2007 werden wir die mit dem Standort Nürnberg begonnene zweite Phase der Niederlassungsstrategie abschließen, in der weitere neun regionale Präsenzen in wichtigen Ballungszentren Deutschlands aufgebaut werden. Eine genaue Auflistung der bestehenden und geplanten Standorte findet sich auf Seite 27 in diesem Bericht.

*Durch unsere **Niederlassungen**
sind wir beim Kunden vor Ort.*

Interessenten im Einzugsgebiet der Standorte haben damit die Möglichkeit, sich nach Terminvereinbarung in der Niederlassung auch persönlich vor Ort beraten zu lassen. Mit dieser Option machen wir unsere Dienstleistung noch greifbarer und sprechen so zusätzlich jene Kundenschichten an, die sich zwar über das Medium Internet informieren, die Transaktion aber nicht ohne persönlichen Kontakt abschließen möchten. Zudem kann sich Interhyp in diesen Regionen noch deutlicher als klare Alternative zur traditionellen Hausbank positionieren, zusätzlich auch lokale Banken nutzen und auf regionaler Ebene enger mit Partnern aus der Immobilienwirtschaft zusammenarbeiten. Unsere Erfahrungen in den bereits erschlossenen Regionen zeigen, dass das Weiterempfehlungsverhalten lokal noch besser greift und dass sich die Kundenbeziehung intensiviert, ohne dass die Effizienz leidet. Ständige Prozessbeobachtung- und -optimierung ermöglicht zudem eine „Ein-Preis-Politik“, die wiederum dazu führt, dass unseren Kunden eine Finanzierungsberatung vor Ort und gleichzeitig beste Konditionen zur Verfügung stehen. Interhyp hat damit ein durchgängiges Multikanalangebot geschaffen.

Prozesse

Unsere Kundengewinnungsmaßnahmen im Privatkundengeschäft sind sehr stark auf die Website von Interhyp (www.interhyp.de) ausgerichtet. Hier findet der Interessent vielfältige Informationen und Rechenanwendungen rund um die Themen Bau, Kauf, Modernisierung und Anschlussfinanzierung und kann sich so in der Orientierungsphase umfassend informieren. Bei Anzeigen in lokalen Printmedien steht die jeweilige Interhyp-Niederlassung mit direkten Ansprechmöglichkeiten im Vordergrund, bei überregionalen Marketingmaßnahmen dagegen die Kontaktmöglichkeit über eine kostenlose Servicenummer. Mit der Öffnung der regionalen Niederlassungen Mitte 2005 und dem Ausbau der Kapazitäten in der telefonischen Erstkundenbetreuung haben wir unsere Aktivitäten zur Kundengewinnung entsprechend erweitert.

Hat der Interessent einen konkreten Finanzierungsbedarf und möchte die Dienstleistung von Interhyp in Anspruch nehmen, übermittelt er uns zunächst die für die Beratung und spätere Kreditentscheidung notwendigen persönlichen Daten. Diese Angaben beinhalten Details zu seinem Finanzierungsvorhaben, der gewünschten Finanzierungsstruktur, sofern hier schon konkrete Wünsche bestehen, aber auch zur Einkommens- und Vermögenssituation. Anschließend nimmt ein persönlicher Interhyp-Finanzierungsberater, der unseren Kunden durch den gesamten Finanzierungsprozess begleitet, Kontakt mit ihm auf und klärt erste Fragen. Im weiteren Verlauf der Beratung werden die Zielvorstellungen des Kunden in den Dialog genauso mit einbezogen wie die individuelle Lebenssituation. Zudem werden die noch verbleibenden Schritte im Rahmen des Antragsverfahrens einschließlich der notwendigen Unterlagen besprochen und eine erste Indikation für mögliche Zinssätze gegeben.

Die proprietäre, leistungsfähige Softwareplattform eHyp ermöglicht es unseren Beratern dabei, die Realisierbarkeit der einzelnen Anfragen individuell und treffsicher zu beurteilen und in Echtzeit die günstigsten Anbieter für die gewünschte Finanzierungslösung zu ermitteln und zu vergleichen. Basis für diese Analyse sind mehrere hundert Kreditvergaberichtlinien je Kreditgeber, die im System hinterlegt sind.

Das eHyp-System, das laufend weiterentwickelt wird und starke Workflow-Unterstützung für den Berater bietet, macht es außerdem möglich, dass wir nach Vorliegen aller entscheidungsrelevanten Unterlagen bereits ein bindendes Konditionsangebot machen können. Für Bankpartner, die schon über derartige Schnittstellen verfügen, ist es uns sogar möglich, den endgültigen Kreditvertrag zu erstellen. Nach Vertragsunterzeichnung durch Kreditnehmer und Kreditgeber wird das Darlehen dann gemäß den Vorgaben des Darlehensnehmers ausgezahlt.

*In Echtzeit ermitteln wir mit unserem anspruchsvollen IT-System die **besten Konditionen**.*

Prozessschritte aus Kundensicht



Im Vermittlergeschäft stellt Interhyp Baufinanzierungsvermittlern und unabhängigen Finanzdienstleistern maßgeschneiderte Versionen der eHyp-Software zur Verfügung. Je nach Erfahrungs- und Kenntnisstand können diese Prohyp-Partner nun, ähnlich wie die Finanzierungsberater im Privatkundengeschäft, in Echtzeit Finanzierungsanfragen prüfen und die günstigsten Angebote ermitteln. Darüber hinaus stehen unsere Prohyp-Finanzierungsberater Vermittlern mit ihrem Fachwissen zur Verfügung, um sie beim Abschluss der Baufinanzierung zu unterstützen. Vermittler werden so – ohne zusätzlichen Aufwand – zum vollwertigen Baufinanzierungs-Broker für ihre Kunden. Das Ergebnis: bessere Kundenbindung und Erschließung neuer Kundenschichten bei höchster Effizienz. Die Partner im Vermittlergeschäft erhalten eine Provision für jede von ihnen vermittelte Baufinanzierung. Diese Vergütung fließt zusammen mit dem Provisionsanteil für Interhyp in die Endkundenkondition ein. Interhyp zahlt den Partnern im Vermittlergeschäft dann deren Anteil an der Gesamtprovision aus. Seit August 2006 bieten wir unsere Dienstleistung im Vermittlerbereich auch institutionellen Kooperationspartnern an. Hier kann Prohyp individuell je nach der strategischen Ausrichtung des Partners ein breites Spektrum von Kooperationsformen bieten: von der reinen Systemunterstützung und Zugangsmöglichkeit für eine vorhandene eigene Vertriebsmannschaft beim Partner bis hin zum kompletten Outsourcing des gesamten Vertriebsprozesses als „White-Label-Lösung.“

Produkte

Interhyp erzielte in 2006 97,7% der gesamten Roherträge – also der Umsätze abzüglich der im Vermittlergeschäft ausbezahlten Provisionen – durch die Vermittlung von Baufinanzierungen. Sowohl im Direkt- als auch im Vermittlergeschäft stehen eine Vielzahl festverzinslicher, (teil-)variabel verzinslicher und andere spezielle Darlehensformen verschiedener Kreditgeber zur Auswahl. Eine Übersicht über die für den deutschen Markt im vergangenen Jahr neu entwickelten Darlehensarten befindet sich auf Seite 102.

- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> **Geschäft und Strategie**
- >> Organisation
- >> Geschäftsverlauf
- >> Risikobericht
- >> Prognosebericht

Der restliche Anteil von 2,3% am gesamten Rohertrag entfällt auf Absicherungsprodukte rund um die Immobilie und deren Finanzierung – insbesondere zur Darlehensabsicherung und Wohngebäudeversicherung. Zudem offeriert die Haselsteiner & Wolsdorf GmbH Dienstleistungen im Bereich der Vermögensverwaltung.

Absatzmärkte

*Der Brokerage-Markt für
Baufinanzierungen wächst stark.*

Interhyp hält als Marktführer einen Marktanteil von 2,85% am Neugeschäft privater Baufinanzierungen in Deutschland. Gleichzeitig befindet sich der Brokerage-Markt für Baufinanzierungen in einer Phase starken Wachstums. Dementsprechend sehen wir unsere stärksten Wachstumschancen derzeit nach wie vor im heimischen Absatzmarkt.

Allerdings befinden wir uns in einer ersten Evaluierungsphase möglicher längerfristiger Optionen, die sich für unser Geschäftsmodell in anderen Märkten im EU-Raum bieten könnten. Die Hauptvoraussetzungen für einen aus unserer Sicht attraktiven Absatzmarkt sind ein noch geringer Broker-Anteil, die Existenz potenzieller Bankenpartner, die eine klare Wachstumsstrategie in der privaten Baufinanzierung verfolgen wollen, sowie eine gute Verfassung des Immobilienmarktes hinsichtlich Preisentwicklung und Transaktionsaufkommen.

Wettbewerb

Interhyp steht vorrangig mit lokalen Kreditinstituten und Bausparkassen sowie nationalen Geschäftsbanken im Wettbewerb – grundsätzlich im gesamten Bundesgebiet und insbesondere mit lokalen Anbietern auch an den Standorten der Niederlassungen. Weitere Wettbewerber sind Direktbanken wie ING-DiBa und Online-Finanzierungsvermittler wie Dr. Klein & Co. (Teil der Hypoport AG) und PlanetHome (100%-Tochter der HypoVereinsbank) sowie unabhängige Finanzdienstleister.

Eine Reihe von Wettbewerbern aus dem Bankensektor haben jedoch bereits den Mehrwert einer Ergänzung ihrer bestehenden traditionellen Vertriebskanäle um den Vertrieb über unabhängige Baufinanzierungsmakler erkannt und nutzen ihre Wachstumschancen als Produzent, indem sie als Produktgeber mit Interhyp kooperieren.

Unternehmenssteuerung

Operative Kennzahlen

In der Finanzierungsberatung (Privatkundengeschäft und Vermittlergeschäft) kommen zur Beurteilung des Erfolgs folgende Kennzahlen zum Einsatz:

- Anzahl der Finanzierungsanfragen
- Anzahl der an Finanzierungspartner weitergeleiteten Finanzierungspakete
- Anzahl der erfolgreich abgeschlossenen Finanzierungen
- die daraus gewinnbaren Konvertierungsraten für die Einzelschritte im Vertriebsprozess
- die erzielte Marge
- das Darlehensvolumen
- Weiterempfehlungsquoten

Mit Hilfe der genannten Größen lassen sich in allen Organisationseinheiten quantitative und qualitative Ergebnisindikatoren zu Steuerungszwecken ableiten. Hierbei fließen auch die Auslastung des Beraters, die aus den Kundenfeedbacks gewonnene Zufriedenheit und weitere qualitative Maßstäbe ein.

Strategische Kennzahlen

Aufgrund der Ausrichtung der Interhyp AG auf eine organische Wachstumsstrategie in der Vermittlung von Baufinanzierungen stellt der Marktanteil gemessen am Gesamtvolumen des Neugeschäfts mit wohnwirtschaftlichen Darlehen an Privatpersonen in Deutschland eine zentrale strategische Kenngröße dar. Eine Messung erfolgt auf Grundlage der von der Deutschen Bundesbank veröffentlichten Angaben. Die untenstehende Grafik beschreibt die Entwicklung des Interhyp-Marktanteils seit 2004. Das Volumen der abgeschlossenen Finanzierungen stellt zudem eine Vergleichsgröße für die Messung der Wettbewerbssituation dar. Da die direkten Wettbewerber im Markt für Baufinanzierungsvermittlung nicht am Kapitalmarkt vertreten sind, ist eine unmittelbare Erhebung jedoch großteils nicht möglich.

Für die Entwicklung von Interhyp im Markt der Baufinanzierungsvermittlung kann hingegen eine Analyse stattfinden, da die Finanzierungsvolumina des Neugeschäfts unserer Partnerbanken weitgehend bekannt sind. Eliminiert man aus diesen Gesamtzahlen den Anteil des Neugeschäfts, der über andere Vertriebswege generiert wird, lässt sich eine Marktanteilsschätzung für Baufinanzierungs-Broker in Deutschland auf jährlicher Basis annähernd ableiten. Es lässt sich so ein Broker-Marktanteil von 12–13,5% für 2006 ermitteln (Vorjahr: 10–12%).

Interhyp baut den Marktanteil am Neugeschäft für private Wohnungsbaukredite kontinuierlich aus.

Marktanteil Neugeschäft private Wohnungsbaukredite quartalsweise, in %

Q1 2004	0,73
Q2 2004	0,76
Q3 2004	0,94
Q4 2004	1,02
Q1 2005	1,42
Q2 2005	1,50
Q3 2005	1,92
Q4 2005	2,06
Q1 2006	2,11
Q2 2006	2,03
Q3 2006	2,44
Q4 2006	2,85

Finanzkennzahlen

Bei der Umsatzbetrachtung stellen wir bewusst auf die Roherträge (= Nettoumsatz) ab, da in den (Brutto-) Umsatzerlösen auch Provisionen für Partner im Vermittlergeschäft Prohyp enthalten sind, die sich nicht auf die Erträge bei Interhyp auswirken, sondern nur an den Partner für dessen Vertriebsleistung durchgeleitet werden. Daher ermitteln wir eine auf das abgeschlossene Finanzierungsvolumen bezogene Rohertragsmarge, und auch bei der Rentabilitätsbetrachtung wird die EBIT-Marge an den Roherträgen gemessen.

Als operativer Frühindikator dient uns insbesondere der Antragseingang aus verschiedenen Marketingkanälen. Da die Abschlüsse der Finanzierungen zeitlich im Durchschnitt rund sechs Wochen auf den Antrag folgen, lässt sich über Annahmen hinsichtlich der durchschnittlichen Darlehensgröße, Konvertierungsraten und Bearbeitungsdauern bei den Banken der Ertragsstrom aus den erzielten Provisionserlösen abschätzen. Längerfristige Frühindikatoren beziehen sich auf gesamtwirtschaftliche Faktoren, die die Transaktionshäufigkeit im Baufinanzierungsmarkt beeinflussen können, wie Preisentwicklungen, Konsumentenvertrauen, Arbeitslosigkeitsraten und Zinsentwicklung insbesondere der längeren Laufzeiten.

->> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

->> **Geschäft und Strategie**

->> Organisation

->> Geschäftsverlauf

->> Risikobericht

->> Prognosebericht

Finanzielle Ziele

Interhyp veröffentlichte im März 2006 die Erwartungen für das Gesamtjahr bezüglich folgender Kennzahlen:

- vermitteltes Baufinanzierungsvolumen
- Roherträge
- Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT)

Im Folgenden findet sich ein Soll-Ist-Vergleich dieser Kenngrößen:

*Interhyp hat die
finanziellen Ziele erreicht.*

Kennzahl	Erwartetes Ergebnis	Erzieltes Ergebnis	Differenz in %
Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen	4,8 Mrd. EUR	4,4 Mrd. EUR	-8,3%
Rohertrag	60 Mio. EUR	60,1 Mio. EUR	+0,2%
EBIT	21 Mio. EUR	22,4 Mio. EUR	+6,7%

Damit zeigt sich, dass das abgeschlossene Finanzierungsvolumen etwas niedriger als erwartet ausgefallen ist. Hauptursache dafür sind die Sondereffekte aus der Abschaffung der Eigenheimzulage.

Trotz dieser Sondersituation für das Baufinanzierungsneugeschäft in Deutschland in 2006 konnte der ursprünglich erwartete Rohertrag von 60 Mio. EUR auch mit rund 4,4 Mrd. EUR Finanzierungsvolumen erreicht werden. Das revidierte Volumensziel wurde im Rahmen der Ergebnisse für das dritte Quartal 2006 Anfang November veröffentlicht.

Durch das anhaltend starke Wachstum von Interhyp und die damit verbundenen positiven Skaleneffekte auf der Kostenseite (die fixen Kostenanteile sind weniger schnell gestiegen als die Roherträge) lag das Ergebnis vor Zinsen und Steuern mit 22,4 Mio. EUR sogar 6,7% über den Erwartungen.

Unsere Planung für die genannten Steuerungsgrößen findet sich im Prognosebericht auf Seite 48.

Nichtfinanzielle Ziele

Das Geschäftsmodell, das auf kompetente Beratung abstellt, sowie das rapide Wachstum haben den Bereich Ausbildung und Qualifizierung noch stärker in den Mittelpunkt rücken lassen. So stellt nicht nur ein eigenes Ausbildungs- und Qualifizierungsteam sicher, dass neue Kolleginnen und Kollegen durch ein umfassendes Trainingsprogramm auf ihre Aufgaben in der Finanzierungsberatung vorbereitet werden. Zudem wurden Weiterbildungsmodulare für Mitarbeiter und Management geschaffen und auf der Führungsebene die Ressourcen insbesondere für den Bereich Personalentwicklung verstärkt.

*Interhyp ist
„Bester Baufinanzierer 2006“.*

Im Jahr 2006 haben wir neben anderen Auszeichnungen auch den Gesamtsieg als „Bester Baufinanzierer 2006“ in einem breit angelegten Baufinanzierungstest des Wirtschaftsmagazins €uro errungen. Bewertet wurden neben den Konditionen auch die Beratungs- und Servicequalität von 15 namhaften Instituten. Als Bewertungsmaßstab wurden durch ein unabhängiges Finanzdienstleistungsinstitut umfangreiche Testkäufe unternommen; dass wir uns hier von anderen Anbietern im Markt abheben konnten, freut uns sehr und bestätigt uns in unseren Ansprüchen und Zielen hinsichtlich unserer Beratungs- und Servicequalität.

Wir haben uns außerdem am Standort München wie auch in den Regionen unserer Niederlassungen durch starkes organisches Wachstum und den damit einhergehenden Personalbedarf als attraktiver, hochqualifizierte

Arbeitsplätze schaffender Arbeitgeber etablieren können. Dies belegen auch unsere erneut höheren Platzierungen in der European's Top 500 Rangliste und die wiederholte Aufnahme in die Bestenliste „Bayerns Best 50“ des bayerischen Wirtschaftsministeriums.

Strategie der Segmente

Privatkundengeschäft

Im Geschäft mit dem Endkunden unter der Marke Interhyp konzentrieren wir uns darauf, weiteres starkes organisches Wachstum zu erzielen. Dies geschieht sowohl durch kontinuierlichen Ausbau und regelmäßige Evaluation unserer zentralen Marketingaktivitäten als auch durch die laufende Optimierung der Abläufe im Vertrieb. Darüber hinaus haben wir die Beratungslinien weiter fokussiert, indem Spezialistenteams für Anschlussfinanzierungen sowie für das so genannte Investorengeschäft – also für Kapitalanleger, für die Finanzierung von Wohn- und Geschäftshäusern sowie für komplexe Großfinanzierungen – etabliert wurden.

Für die immer tiefere Durchdringung breiterer Kundenschichten wiederum war die Mitte 2005 eingeschlagene Regionalisierungsstrategie ein maßgeblicher Schritt. Die Bevölkerungsdichte in Deutschland ist stark auf die großen Städte konzentriert, zugleich stammt unsere Nachfrage zum Großteil aus diesen Ballungsräumen. Folglich präsentieren wir uns auch dort mit unseren Niederlassungen: In der ersten Phase der Regionalisierung bis Herbst 2006 wurden Niederlassungen in den sieben größten deutschen Städten eröffnet. In Phase zwei werden wir bis Ende 2007 insgesamt weitere zehn Niederlassungen eröffnet haben – nun in Städten mit rund 500.000 Einwohnern im Ballungsgebiet. Diese Standorte sind in der Startphase personell etwas kleiner dimensioniert.

Interhyp vergrößert seine lokale Präsenz mit neun neuen Standorten im Jahr 2007.

Die Entscheidung für die zweite Phase begründet sich in den positiven Erfahrungen, die in den ersten Standorten gesammelt werden konnten. Im Einzelnen sind dies:

- ein gesteigertes Antragsaufkommen aus der Region durch Kunden, die sich zwar im Internet informieren, aber bei einer so bedeutenden Transaktion wie der Baufinanzierung den persönlichen Kontakt zu einem Finanzierungsspezialisten suchen
- eine höhere Abschlusswahrscheinlichkeit bei denjenigen Kunden, die die Möglichkeit eines Vor-Ort-Termins in der Interhyp-Niederlassung genutzt haben
- stärkere regionale Weiterempfehlungsketten
- eine erhöhte Marketingeffizienz durch geringere Streuverluste

- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> **Geschäft und Strategie**
- >> Organisation
- >> Geschäftsverlauf
- >> Risikobericht
- >> Prognosebericht



*Eröffnung 2007

Interhyp-Niederlassungen. Intensive Beratung gibt es am schnellsten online oder am Telefon. Wer seinen Berater gern persönlich kennen lernen will, ist in unseren Niederlassungen herzlich willkommen.

Die untenstehende Tabelle gibt einen Überblick über die Standorte unserer bestehenden und geplanten Niederlassungen.

Mit 17 Niederlassungen können wir unsere Kunden regional optimal betreuen.

Die Interhyp-Niederlassungen			
Stadt	Eröffnung	Adresse	Telefon
München	Juli 2005	Marcel-Breuer-Str. 18 80807 München	089-20 30 72 00 0
Frankfurt	Juli 2005	Baseler Straße 10 60329 Frankfurt/Main	069-24 75 51 00
Hamburg	Juli 2005	Stadthausbrücke 1–3 20355 Hamburg	040-22 63 11 00
Köln	November 2005	Im Mediapark 4e 50670 Köln	0221-29 20 81 00
Berlin	April 2006	Leipziger Str. 121 10117 Berlin	030-20 00 41 10 0
Stuttgart	Juni 2006	Heilbronner Str. 156 70191 Stuttgart	0711-25 25 61 00
Düsseldorf	September 2006	Hans-Böckler-Str. 1 (Eingang Roßstraße 92) 40476 Düsseldorf	0211-54 25 11 00
Nürnberg	Dezember 2006	Theresienstraße 9 90403 Nürnberg	0911-47 75 22 10 0
Mannheim	März 2007	Dynamostraße 17 68165 Mannheim	0621-49 07 05 0
Wiesbaden	April 2007	Schiersteiner Str. 86 65187 Wiesbaden	0611-95 01 69 0
Hannover	April 2007	Aegidientorplatz 2b 30159 Hannover	0511-47 53 96 0
Leipzig	Mitte 2007		
Bremen	Mitte 2007		
Dortmund	Drittes Quartal		
Karlsruhe	Drittes Quartal		
Essen	Viertes Quartal		
Bielefeld	Viertes Quartal		

Vermittlergeschäft

Im Vermittlergeschäft haben sich im Rahmen einer klaren Wachstumsstrategie die Kernzielgruppen Einzelvermittler und institutionelle Partner herauskristallisiert.

Zum einen steht Prohyp unabhängigen Finanzdienstleistern und Vermittlern, die ihren Kunden Baufinanzierungs-lösungen anbieten wollen, als Partner zur Verfügung. Diese freien Berater sind in der Regel selbst keine Spezialisten in der Baufinanzierung und erhalten mit Prohyp eine komplette Brokerage-Funktionalität: das Produktangebot einer Vielzahl von Banken, die Leistungsfähigkeit der führenden Baufinanzierungsplattform und eine individuelle Fachberatung durch die Prohyp-Baufinanzierungsspezialisten. Ohne Aufwand können sich freie Finanzdienstleister mit Prohyp so als Baufinanzierungs-Broker positionieren. Parallel entsteht mit der

- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> **Geschäft und Strategie**
- >> **Organisation**
- >> Geschäftsverlauf
- >> Risikobericht
- >> Prognosebericht

zunehmenden Verbreitung des Brokerage-Modells eine wachsende Gruppe unabhängiger Baufinanzierungsspezialisten, die regional agieren, erfahren und kompetent beraten und für ihren Service ein leistungsfähiges Produktangebot benötigen. Auch dieser Gruppe steht Prohyp heute mit einem direkten Zugriff auf das System und einer direkten Einreichmöglichkeit bei Banken zur Seite.

Prohyp hat sich organisatorisch neu aufgestellt.

Zum anderen haben wir uns mit der Gewinnung der ersten institutionellen Kooperationspartner für eine Zusammenarbeit mit Prohyp in einem Teilsegment neu positioniert, in dem wir vorher nicht aktiv waren. Hier bieten wir ein komplettes Baufinanzierungspaket als Outsourcing-Lösung an, das von der Website-Integration bis hin zur ausgelagerten Kundenberatung reichen kann. Dementsprechend haben wir in 2006 die technologische Leistungsfähigkeit angepasst, aber auch die Organisationsstruktur bei Prohyp erweitert, um dieser neuen Aufstellung optimal gerecht zu werden. Die Details hierzu finden sich auf Seite 44 im Nachtragsbericht.

Ziele der strategischen Ausrichtung im Geschäft mit institutionellen Partnern sind in dieser frühen Phase zunächst die Gewinnung neuer Großkooperationen für unsere Prohyp-Plattform und die optimale Ausschöpfung der Möglichkeiten aus bereits bestehenden Kooperationen.

Ziele der strategischen Ausrichtung im anderen Teilsegment, dem Geschäft mit lokalen Baufinanzierungsspezialisten und unabhängigen Finanzmaklern, sind Wachstum über die Gewinnung weiterer aktiver Partner für die Darlehensvermittlung sowie die Erhöhung des über Prohyp vermittelten Finanzierungsvolumens pro Partner.

Dabei setzen wir für das beschriebene Gesamtsegment auf eine starke und klar erkennbare Marke, die sich als Partner der Wahl für professionelle Anbieter positioniert. Der Markenauftritt basiert auf Anzeigenkampagnen in Branchenpublikationen, aktiver Pressearbeit und gezielter Präsenz vor Ort – wie zum Beispiel im Rahmen von Roadshows und Schulungen. Prohyp nimmt zudem an den wichtigsten Fachmessen für unabhängige Finanzberater teil. Die Zahl der aktiven Partner (Vermittler, die in den letzten zwölf Monaten unter Inanspruchnahme der Dienstleistungen von Prohyp mindestens eine Baufinanzierung abgeschlossen haben) konnte 2006 um 82% auf 2.418 Partner gesteigert werden.

Die Anzahl der Prohyp-Partner hat sich seit 2004 vervierfacht.

Anzahl aktive Prohyp-Partner

2004	599
2005	1.325
2006	2.418

Strategische Beteiligungen

Im Jahr 2006 sind wir keine strategischen Minderheits- oder Mehrheitsbeteiligungen eingegangen.

Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten

Der Schwerpunkt unserer Entwicklungsaktivitäten im Software Development lag im Jahr 2006 auf der Erweiterung der Softwareplattform um so genannte „White Label“-Funktionalitäten, um Outsourcing-Lösungen für institutionelle Kooperationspartner im Vermittlergeschäft Prohyp anbieten zu können. Hierbei musste die proprietäre Software-Architektur so flexibilisiert werden, dass sowohl der Workflow für auf externen Servern bereitgestellte Antragsfunktionalitäten als auch die Überleitung an Interhyp unter verschiedenen Systemlandschaften und mit veränderbaren Inhalten (Formulare, Ansichten, Herkunftserfassung) ermöglicht wird.

Ein weiterer Schwerpunkt unserer Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten war die weitere Workflow-Unterstützung interner Abläufe in allen Unternehmensbereichen. Hinsichtlich der Anbindung der Bankpartner wurde ein „Partnerportal“ zur besseren Synchronisation von Bearbeitungsständen und dem externen Teil der Abwicklung (Dokumentenmanagement, Monitoring, Kreditentscheidung) mit unserem System eingeführt.

*Zur Optimierung der Abläufe ist ein neues **Partnerportal** entstanden.*

Auch im internen Workflow-Management wurden bedeutende Erweiterungen vorgenommen, die effizient fließende und gut strukturierte Arbeitsabläufe unterstützen und sowohl unsere Vertriebsteamer als auch interne Abteilungen schlagkräftiger machen.

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung betragen im Berichtszeitraum 1,2 Mio. EUR gegenüber 937 TEUR in 2005. Damit beträgt die F&E-Quote 2,0% des Rohertrages.

Entwicklungskosten für die selbst erstellte Software eHyp wurden als Vermögensgegenstand bilanziell aktiviert und über eine Nutzungsdauer von drei Jahren abgeschrieben.

Auch die Ressourcen auf der Produktmanagementseite und im Business Development, die sicherstellen sollen, dass unsere eigenentwickelte Software die leistungsfähigste Speziallösung im Markt bleibt, wurden erneut ausgebaut.

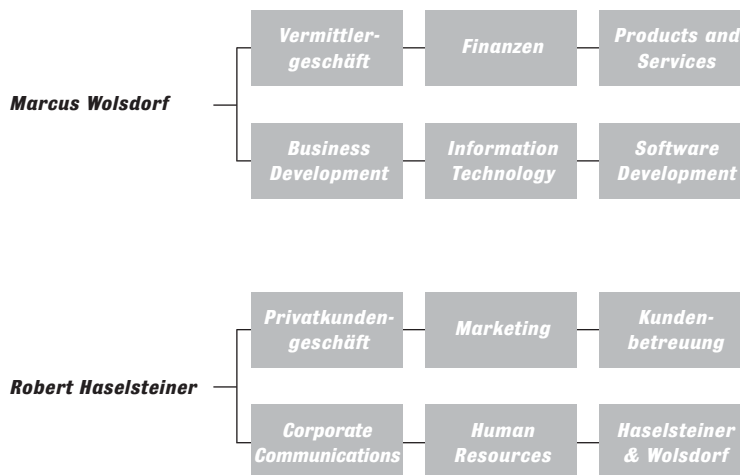
Organisation

Interhyp besitzt eine zentrale Führungsstruktur mit zwei gleichberechtigten Vorständen (Co-CEOs), gleichzeitig aber einer klaren Trennung der Zuständigkeitsbereiche für einzelne Ressorts und die beiden Kundengeschäftsbereiche.

- > Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- > Geschäft und Strategie
- > **Organisation**
- > Geschäftsverlauf
- > Risikobericht
- > Prognosebericht

Die Gründer führen das Unternehmen als gleichberechtigte Vorstände.

Schematische Darstellung Organisationsstruktur



Vergütungssystem

Der Vorstand erhält eine Vergütung, die sich aus fixen und variablen Bestandteilen zusammensetzt. Das Vergütungssystem des Aufsichtsrats sieht fixe Komponenten vor, die je nach Amt variieren und von der Teilnahme an Sitzungen abhängen.

Das Vergütungssystem in den Vertriebsbereichen sieht sowohl für das Privatkundengeschäft als auch das Vermittler-geschäft ein fixes Grundgehalt sowie eine zusätzlich mögliche variable Vergütung vor. Über den variablen Teil der Vergütung partizipiert der Finanzierungsberater an den beim Abschluss von Finanzierungen jeweils auf monatlicher Basis erzielten Provisionserlösen.

Interhyp hat ein attraktives **Anreizsystem**.

Neue Mitarbeiter im Vertriebsbereich sind in den ersten Monaten, in denen sie selbst noch keine Kunden beraten, von diesem Anreizsystem ausgeschlossen. Diese Phase betrachten wir als Investitionsphase in die fachlich fundierte Ausbildung unserer Mitarbeiter, die in Absprache mit dem Teamleiter dann nach sechs bis zwölf Monaten in das Provisionsmodell aufgenommen werden.

Tätigkeiten in anderen Bereichen von Interhyp werden über ein Grundgehalt und einen jährlichen variablen Leistungsbonus abgegolten.

Anreizprogramme

Im Berichtszeitraum wurden keine neuen Anreizprogramme aufgenommen. Im Folgenden finden Sie die Darstellung der bestehenden Mitarbeiteraktien- und Aktienoptionsprogramme.

Mitarbeiteraktienprogramm

Im Rahmen des Börsengangs der Interhyp AG im September 2005 wurde allen festangestellten Mitarbeitern eine bevorrechtigte Zuteilung von Aktien angeboten. Das Angebot umfasste drei Tranchen:

Die Aktien der ersten Tranche wurden steuerbegünstigt gem. § 19 a EStG ausgegeben und unterlagen einer Sperrfrist bis 31. März 2006.

In der zweiten Tranche konnten Interhyp-Aktien zum endgültigen Platzierungspreis im Gegenwert von maximal

5.000 EUR und mit einem steuerpflichtigen Abschlag von 15% auf den Kaufpreis bevorrechtigt erworben werden. Auch diese Aktien waren mit einer Sperrfrist bis zum 31. März 2006 versehen.

Die Aktien in der dritten Tranche wurden ohne Abschlag bevorrechtigt zugeteilt und betragsmäßig begrenzt. Eine Sperrfrist bis zum 15. Oktober 2005 wurde vereinbart, damit alle Mitarbeiter unabhängig von der Abwicklungsgeschwindigkeit ihrer Bank zum gleichen Zeitpunkt über ihre Aktien verfügen konnten.

Das Mitarbeiteraktienprogramm fand regen Zuspruch, 189 Mitarbeiter haben an der Zeichnung einer oder mehrerer Tranchen teilgenommen. Seit dem Börsengang wurden keine weiteren Mitarbeiteraktien ausgegeben.

Aktienoptionsprogramm

Das Aktienoptionsprogramm, das ebenfalls im Zuge des Börsengangs ins Leben gerufen wurde, ist 47 Mitarbeitern (zumeist Mitglieder des Managements) angeboten worden, um Anreize zur langfristigen Bindung an das Unternehmen zu schaffen. Für die Ausgabe der bis zu 172.637 Aktienoptionen, die je zum Bezug einer Interhyp-Aktie berechtigen, wurden bestimmte Fristen festgesetzt.

Das Programm hat eine Laufzeit von zehn Jahren. Die Sperrfristen für die Ausübung der Aktienoptionen sind:

- jeweils 30 Tage vor dem Tag der Veröffentlichung eines Quartalsberichts oder des Konzernabschlusses bis vier Kalendertage nach dem Tag einer dieser Veröffentlichungen
- von dem Tag an, an dem ein Angebot zum Bezug von neuen Aktien oder Schuldverschreibungen oder sonstigen Wertpapieren mit Wandel- oder Optionsrechten veröffentlicht wird, bis zu dem Tag, an dem die bezugsberechtigten Aktien „ex Bezugsrecht“ notiert werden
- von dem Tag an, an dem die Ausschüttung einer Sonderdividende veröffentlicht wird, bis zu dem Tag, an dem die sonderdividendenberechtigten Aktien „ex Dividende“ notiert werden

Im Aktienoptionsprogramm sind Wartezeiten vereinbart, die vereinfachend dargestellt für je ein Viertel der an einen Bezugsberechtigten ausgegebenen Aktien nach zwei bis fünf Jahren ab Ausgabedatum enden.

Des Weiteren sind Ausübungshürden bzgl. der Aktienkursentwicklung vereinbart und die Ausübung der Aktienoptionen kann nur gegen Bezahlung eines Basispreises erfolgen, der sich nach dem Aktienkurs der 20 Handelstage vor dem Ausgabedatum bestimmt. Sollten keine 20 Handelstage vor dem Ausgabedatum existieren, wird auf den Ausgabepreis Bezug genommen. Der vollständige Wortlaut des von der Hauptversammlung am 13. September 2005 beschlossenen Aktienoptionsprogramms liegt als Bestandteil der notariellen Niederschrift über diese Hauptversammlung und bei dem Handelsregister in München zur Einsicht aus.

Die Mitarbeiter haben sich am Börsengang beteiligt.

Angaben gemäß § 315 a HGB

Beteiligungen an der Gesellschaft von über 10%

	Stammaktien per 31.12.2006 (Stück)	Anteil am gezeichneten Kapital	Stammaktien per 31.12.2005 (Stück)	Anteil am gezeichneten Kapital
Robert Haselsteiner	1.048.800	16,14%	1.048.800	16,14%
Marcus Wolsdorf	1.048.800	16,14%	1.048.800	16,14%
Übrige Aktionäre	4.400.750	67,72%	4.400.750	67,72%
Gesamt	6.498.350	100,00%	6.498.350	100,00%

- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> Geschäft und Strategie
- >> Organisation
- >> Geschäftsverlauf
- >> Risikobericht
- >> Prognosebericht

Ernennung und Abberufung des Vorstands sowie Änderung der Satzung

Der Aufsichtsrat bestellt die Mitglieder des Vorstands und bestimmt deren Anzahl. Der Aufsichtsrat kann die Bestellung zum Vorstandsmitglied und die Ernennung zum Vorsitzenden des Vorstands widerrufen, wenn ein wichtiger Grund vorliegt.

Jede Satzungsänderung bedarf eines Beschlusses der Hauptversammlung mit mindestens drei Viertel des bei der Beschlussfassung vertretenen Grundkapitals. Die Befugnis zu Änderungen, die nur die Fassung betreffen, ist dem Aufsichtsrat übertragen.

Befugnisse zur Ausgabe von Aktien und zum Aktienrückkauf Genehmigtes Kapital

Die Hauptversammlung hatte die Möglichkeit zu einer Kapitalerhöhung geschaffen.

Durch Beschluss der Hauptversammlung vom 13. September 2005 ist der Vorstand ermächtigt worden, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Grundkapital der Gesellschaft um bis zu insgesamt 2.877.275 EUR durch ein- oder mehrmalige Ausgabe von neuen auf den Namen lautenden Stückaktien gegen Bar- und/oder Sacheinlage zu erhöhen (genehmigtes Kapital 2005/I). Das genehmigte Kapital ist gültig bis 13. September 2010.

Bedingtes Kapital

Das Grundkapital der Gesellschaft wurde durch Beschlüsse der Hauptversammlung vom 29. Juni 2005 und vom 13. September 2005 bedingt erhöht. Die Eintragungen in das Handelsregister sind erfolgt. Das bedingte Kapital 2005/I dient der Gewährung von Wandlungsrechten an die Inhaber von Wandelschuldverschreibungen. Eine Wandelschuldverschreibung im Nominalwert von 2,00 EUR verbrieft das Recht zur Wandlung der Schuldverschreibung in eine neue Aktie der Gesellschaft. Das bedingte Kapital 2005/IV dient der Durchführung eines Management- und Mitarbeiterbeteiligungsprogramms.

Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien

In der ordentlichen Hauptversammlung vom 30. Mai 2005 wurde beschlossen, die Gesellschaft zum Erwerb eigener Aktien zu ermächtigen. Die Gesellschaft ist demnach ermächtigt, bis zum 30. November 2007 eigene Aktien in Höhe von insgesamt bis zu 10% des Grundkapitals zum Zeitpunkt der Beschlussfassung zu erwerben. Die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen Aktien dürfen zusammen mit anderen eigenen Aktien, die sich im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach §§ 71 a ff. Aktiengesetz zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt 10% des Grundkapitals übersteigen. Der Handel mit eigenen Aktien ist ausgeschlossen.

Vereinbarungen der Gesellschaft für den Fall eines Kontrollwechsels infolge eines Übernahmeangebots bestehen nicht.

Entschädigungsvereinbarungen mit den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern für den Fall eines Übernahmeangebots bestehen nicht. Es gelten die gesetzlichen Regelungen.

Rechtliche Rahmenbedingungen

Die Kerntätigkeit Baufinanzierungsvermittlung ist in Deutschland im Wesentlichen durch die Gewerbeordnung samt dazu erlassenen Verordnungen, insbesondere der Makler- und Bauträgerverordnung (MaBV), geregelt. Die Gesellschaft und die Tochtergesellschaft Prohyp sind als Darlehens- und Finanzvermittler registriert. Seit Anfang 2005 sind die Muttergesellschaft sowie die Tochtergesellschaften nicht mehr verpflichtet, sich einer jährlichen Prüfung nach § 16 Abs. 1 MaBV zu unterziehen. Die wichtigsten rechtlichen Regulierungen betreffen die Offenlegung bestimmter Informationen gegenüber den Behörden sowie Aufbewahrungspflichten.

Die Tochtergesellschaft Haselsteiner & Wolsdorf GmbH ist als Finanzdienstleistungsinstitut zugelassen und ist daher berechtigt, Anlage- und Abschlussvermittlung und Finanzportfolioverwaltung anzubieten. Sie unterliegt der gemeinsamen Aufsicht der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) und der Deutschen Bundesbank nach dem Kreditwesengesetz sowie den dazu erlassenen Verordnungen, Richtlinien und Erlassen.

Die zweiwöchige Widerrufsfrist nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch betrifft grundsätzlich alle Darlehensverträge, die über Interhyp angeboten werden, und beeinflusst damit auch den Zeitpunkt, zu dem Interhyp Provisionszahlungen von Finanzierungspartnern erhält.

Interhyp unterliegt außerdem den datenschutzrechtlichen Regelungen (Bundesdatenschutzgesetz, Teledienstschutzgesetz) und hat daher einen Datenschutzbeauftragten zu benennen, der den Umgang mit persönlichen Daten überwacht und sicherstellt, dass die Anforderungen des Gesetzes erfüllt werden.

Im Berichtszeitraum gab es keine für die wirtschaftliche Lage wesentliche Änderung der rechtlichen Rahmenbedingungen.

Überblick Geschäftsverlauf

Der Geschäftsverlauf von Interhyp war sowohl im Direkt- als auch im Vermittlergeschäft von hoher Dynamik geprägt. Das Wachstum wird dabei von einem kontinuierlichen Ausbau des Marktanteils am Vertrieb von privaten Baufinanzierungen in Deutschland bestimmt. Dieser konnte von 2,06% per Ende 2005 im Jahresverlauf auf 2,85% im vierten Quartal deutlich gesteigert werden.

Interhyp hat 2006 den Marktanteil weiter gesteigert.

Die Anfang 2006 für das Gesamtjahr veröffentlichte Erwartung eines Finanzierungsvolumens von rund 4,8 Mrd. EUR hat sich in einem durch Vorzieheffekte aus dem Wegfall der Eigenheimzulage beeinträchtigten Transaktionsmarkt nicht erfüllt, wie nach dem dritten Quartal 2006 sichtbar wurde. Wir konnten in diesem Umfeld weitere Marktanteilsgewinne erzielen, haben unsere Erwartung aber auf 4,4 Mrd. EUR gesenkt.

Trotz dieser schwachen Verfassung des Transaktionsmarkts konnten wir unsere ursprünglichen Jahresziele für Umsatz und Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) erreichen bzw. übertreffen. So belief sich der Umsatz nach Vermittlungsprovisionen an Dritte (Rohertrag) auf 60,1 Mio. EUR und lag damit fast genau auf dem geäußerten Zielwert von 60 Mio. EUR. Die Ertragsstärke konnte weiter optimiert werden, das EBIT von 22,4 Mio. EUR lag um 6,7% über dem Zielwert von 21 Mio. EUR.

Interhyp ist 2006 erneut stark gewachsen.

Hinter der positiven Entwicklung unserer Profitabilität stehen vor allem die Skalierungseffekte aus unserem Wachstum, die die wichtigsten Kostenfaktoren im Verhältnis zum Rohertrag sinken lassen. Die Übersicht über die einzelnen Aufwandspositionen findet sich auf Seite 35. Erwähnenswert ist hier der Marketingaufwand, den wir wie schon Anfang 2006 angekündigt auf rund 10% des Rohertrags angehoben haben.

Ein weiterer erwähnenswerter Kostenverlauf ist die leichte prozentuale Zunahme der Position „Büro und Verwaltung“ von 5,8% im Vorjahr auf 6,2% in 2006. Das liegt zum einen darin begründet, dass sich hinter dieser Position einige Kostenfaktoren verbergen, die linear zu unserem Umsatzwachstum wachsen (wie z. B. Online- und Telefonkosten, Büro- und Portokosten). Zum anderen sind in diesem Kostenbild bereits acht regionale Niederlassungen berücksichtigt, die von den Räumlichkeiten her auf weiteres Mitarbeiterwachstum ausgelegt sind und somit noch etwas überproportionale Miet- und Raumkosten bedingen.

Trotzdem konnten wir durch Skalierung der anderen Kostenblöcke unsere EBIT-Marge auf 37,3% (bezogen auf den Rohertrag) deutlich über die für 2006 geäußerte Zielgröße von 35% steigern.

Gesamtaussage zum Geschäftsverlauf

Insgesamt haben wir uns in einem für den Finanzierungsmarkt schwierigen Jahr 2006 sehr erfolgreich als zunehmend immer wichtigere Größe im Markt positioniert und gehen operativ erneut gestärkt als klarer Marktführer unter den unabhängigen Baufinanzierungsvermittlern in das Jahr 2007. Wir freuen uns, Interhyp als sehr profitables und stark wachsendes Unternehmen präsentieren zu können, das im Berichtszeitraum einen Jahresüberschuss von 13,7 Mio. EUR erwirtschaftet hat.

- > Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- > Geschäft und Strategie
- > Organisation
- > **Geschäftsverlauf**
- > Risikobericht
- > Prognosebericht

Ertragslage

Umsatzentwicklung

Der **Umsatz** stieg um mehr als 50 Prozent.

Die Umsatzerlöse konnten wir im Jahr 2006 im Vergleich zum Vorjahr (46,7 Mio. EUR) um 51% auf 70,6 Mio. EUR steigern. Dieses Umsatzwachstum wurde ausschließlich organisch und im Inland erzielt, Akquisitionen fanden nicht statt.

Nach Abzug von Aufwendungen für Provisionszahlungen an Vermittler resultiert daraus für das vergangene Jahr ein Rohertrag von 60,1 Mio. EUR. Diese für unsere operative Geschäftstätigkeit im Vergleich zu den Umsatzerlösen noch relevantere Schlüsselgröße wuchs damit um 53% gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum (39,4 Mio. EUR).

Roherträge in Mio. EUR

2004	16,6
2005	39,4
2006	60,1

Der Umsatzentwicklung liegt ein Zuwachs von 46% beim vermittelten Finanzierungsvolumen zugrunde, das auf 4,403 Mrd. EUR gesteigert werden konnte. Im Vorjahr lag es – auch gefördert durch die Sonderkonjunktur aus dem angekündigten Wegfall der Eigenheimzulage – bei 3,022 Mrd. EUR. In 2006 konnten 28.072 Baufinanzierungen vermittelt werden (Vorjahr: 18.273 Baufinanzierungen), die durchschnittliche Finanzierungssumme betrug also 157 TEUR. Das ist ein leichter Rückgang um 5,2% gegenüber dem Durchschnittsvolumen von 165 TEUR in 2005. Diese Entwicklung ist auf einen etwas erhöhten Anteil an Anschlussfinanzierungen zurückzuführen. Denn durch die schon geleisteten Tilgungen fallen naturgemäß die Darlehenssummen dabei etwas geringer aus als im Neugeschäft. Die untenstehende Grafik zeigt die Entwicklung unseres Finanzierungsvolumens seit 2004.

Das **Finanzierungsvolumen** legte um rund 46 Prozent zu.

Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen in Mrd. EUR

2004	1,332
2005	3,022
2006	4,403

Im Vermittlergeschäft waren sowohl die um 82% auf 2.418 gestiegene Zahl der aktiven Partner (Vorjahr: 1.325 aktive Partner) die Triebfeder hinter dem Volumenanstieg als auch der Beitrag neuer institutioneller Kooperationen, diese wurden im August bzw. Oktober 2006 gestartet und brachten bereits erste operative Resultate im zweiten Halbjahr 2006.

Ergebnisentwicklung

Rohertagsmarge

Im vergangenen Jahr erreichte Interhyp eine Rohertagsmarge von 1,33% im Verhältnis zum abgeschlossenen Finanzierungsvolumen. Damit stieg diese Kenngröße deutlich über den ursprünglich erwarteten Korridor von 1,20% bis 1,25% an, an dessen oberem Ende sie noch im Vorjahr lag. Diese erhöhte Marge ist das Ergebnis des Werts unserer Vertriebsleistung für Bankpartner im schwachen Marktumfeld in 2006.

Ergebnis vor Zinsen und Steuern

Weitere Skalierungseffekte auf der Kostenseite, die mit der wachsenden Größe des Unternehmens einhergehen, ermöglichten eine weitere deutliche Steigerung des Ergebnisses vor Zinsen und Steuern (EBIT), das gegenüber 2005 (12,9 Mio. EUR) um 73% wuchs und nun bei 22,4 Mio. EUR liegt.

Das **EBIT** konnte um über 70 Prozent gesteigert werden.

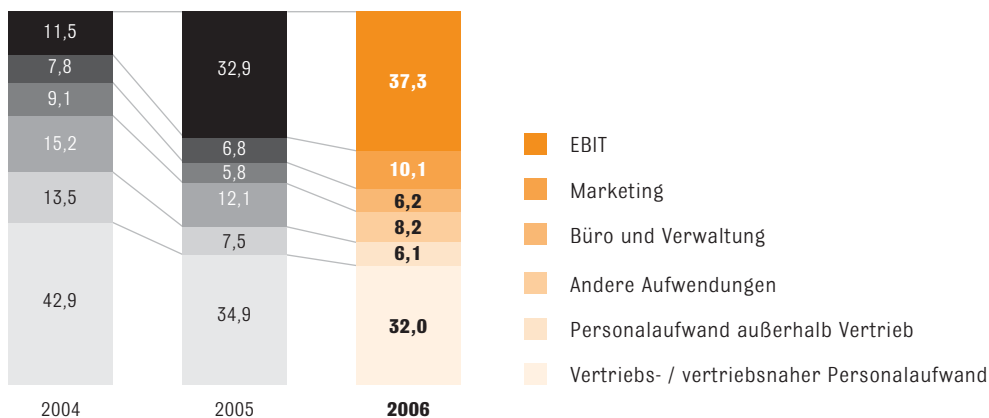
Ergebnis vor Zinsen und Steuern EBIT in Mio. EUR

2004	1,9
2005	12,9
2006	22,4

Kostenbild

Die untenstehende Abbildung zeigt die Entwicklung der einzelnen Kostenkomponenten in Prozent des Rohertrags. Im Berichtszeitraum sind keine Sondereffekte auf der Kostenseite aufgetreten. Nähere Erläuterungen zu den wichtigsten Positionen finden sich im Abschnitt „Überblick Geschäftsverlauf“ auf Seite 33.

Entwicklung der Kostenkomponenten in % des Rohertrags



- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> Geschäft und Strategie
- >> Organisation
- >> **Geschäftsverlauf**
- >> Risikobericht
- >> Prognosebericht

EBIT-Marge

Die auf den Rohertrag bezogene EBIT-Marge lag in der Berichtsperiode bei 37,3% und übertrifft damit das Niveau von 2005 von 32,9% deutlich. Damit hat die EBIT-Marge als Messgröße für unsere Profitabilität die Anfang des letzten Jahres kommunizierte Zielregion von rund 35% nicht nur erreicht, sondern diese sogar deutlich überschritten. Dies gelang trotz der Eröffnung vier weiterer neuer Niederlassungen und eines weiterhin bei rund 10% des Rohertrags festgesetzten Marketingbudgets.

EBIT-Marge, bezogen auf den Rohertrag, in %

2004	11,5
2005	32,9
2006	37,3

Der **Gewinn vor Steuern** wuchs um 80 Prozent.

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis 2006 betrug 1,0 Mio. EUR gegenüber dem Ergebnis von 71 TEUR in 2005. Diese Steigerung ergibt sich durch Zinseinkünfte aus der Anlage liquider Mittel in Pfandbriefen mit maximal sechsmonatiger Restlaufzeit, auf Tagesgeld- und Termingeldkonten.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) stieg gegenüber dem Vorjahr von 13,0 Mio. EUR um 80% auf 23,5 Mio. EUR an.

Jahresüberschuss

Ein Jahresüberschuss von 13,7 Mio. EUR demonstriert abermals die Ertragsstärke unseres Geschäftsmodells bei gleichzeitig starkem Umsatzwachstum. Der Überschuss beinhaltet im Steuerergebnis für 2006 keine Sondereffekte mehr aus dem Börsengang, im direkten Vorjahresvergleich müssen diese allerdings noch beachtet werden. Der angepasste Jahresüberschuss 2005 in Höhe von 10,8 Mio. EUR war noch von steuerlichen Sondereffekten beeinflusst und ist damit nur um 26% geringer als im Berichtszeitraum. Dieser Vergleich ist daher wenig aussagekräftig.

Steuerergebnis

Im Berichtszeitraum 2006 kam eine normalisierte Steuerquote von 41,6% zum Tragen, der Steueraufwand betrug 9,8 Mio. EUR. Im Prognosebericht auf Seite 48 erläutern wir die möglichen positiven Auswirkungen der geplanten Unternehmensteuerreform auf unsere Steuerquote ab dem Jahr 2008.

Der Sondereffekt beim Steuerergebnis in 2005 bestand im Wesentlichen aus der Nutzung bestehender Verlustvorträge aus früheren Jahren. Nach Feststehen der Platzierungsquote im Börsengang konnten diese Verlustvorträge ergebniswirksam geltend gemacht werden.

Im Konzernabschluss auf Seite 50 wird der Jahresüberschuss zudem als „angepasst“ gekennzeichnet. Bereits bei Erstellung des Quartalsabschlusses für das 3. Quartal 2006 haben wir uns dazu entschlossen, die nach heutigem Kenntnisstand richtige Verbuchung in Einklang mit IAS 8 zu wählen und das Ergebnis für das Gesamtjahr 2005 entsprechend anzupassen.

Die ertragsteuerlichen Vorteile aus Kapitalbeschaffungskosten wurden im Einklang mit IAS 32.37 in 2005 von der Eigenkapitaltransaktion abgezogen. Da die steuerlichen Verlustvorträge und somit auch die Kapitalbeschaffungskosten jedoch in 2005 zum Teil steuerlich abzugsfähig waren, wurde die Auflösung der latenten Steuern auf Kapitalbeschaffungskosten entsprechend periodengerecht angepasst. Diese Anpassung führte in 2005

Die Reform der **Unternehmensbesteuerung** würde positive Effekte auf Interhyp haben.

zu einer Auflösung der aktiven latenten Steuern und einer Erhöhung des latenten Steueraufwands in Höhe von 2.106 TEUR. Diese Steueraufwandsbuchung ist nicht zahlungswirksam.

Im Rahmen einer Stichprobenprüfung durch die Deutsche Prüfstelle für Rechnungslegung (DPR) haben wir die Anpassungen thematisiert. Die DPR kam bei ihrer Prüfung des Sachverhalts zu dem gleichen Ergebnis und eine entsprechende Fehlerfeststellung wurde von uns veröffentlicht.

Ergebnis pro Aktie

Basierend auf der durchschnittlichen Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien von 6.498.350 Stück wurde ein Gewinn pro Aktie von 2,11 EUR erwirtschaftet. In 2005 lag der Gewinn pro Aktie noch bei 1,67 EUR bezogen auf die gleiche Aktienanzahl.

Vorschlag zur Gewinnverwendung

Da unser Geschäftsmodell auch in der Phase starken Wachstums profitabel ist und einen deutlich positiven Cash Flow erzielt, der bisher nicht für Akquisitionen oder Investitionen genutzt wurde, werden der Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 1. Juni 2007 eine Dividendenzahlung von 1,60 EUR pro Aktie vorschlagen. Das entspricht einer Ausschüttung von 10,4 Mio. EUR bzw. einer Ausschüttungsquote von 75% des erzielten Bilanzgewinns der Interhyp AG in Höhe von 13,8 Mio. EUR. Dividendenberechtigt sind alle ausgegebenen Aktien der Interhyp AG.

*Erstmals wird die Ausschüttung einer **Dividende** vorgeschlagen.*

Bilanzpolitik

Die Konzernbilanz wird nach den International Financial Reporting Standards aufgestellt, die durch das International Accounting Standards Board (IASB), London, erstellt wurden.

Entwicklung der Segmente

Beide Segmente des Kerngeschäfts Baufinanzierung – das Privatkundengeschäft unter der Marke Interhyp und das Geschäft mit Einzelvermittlern sowie mit institutionellen Kooperationspartnern unter der Marke Prohyp (Vermittlergeschäft) – zeichneten sich im vergangenen Geschäftsjahr durch dynamisches Wachstum aus. Ein Überblick über das in den jeweiligen Segmenten abgeschlossene Finanzierungsvolumen im Jahresvergleich findet sich untenstehend.

Finanzierungsvolumen pro Segment in Mio. EUR

2004	1.052	279
2005	2.192	830
2006	3.088	1.315

■ Privatkundengeschäft ▨ Vermittlergeschäft

Privatkundengeschäft

Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurde im Privatkundengeschäft unter der Marke Interhyp ein um 41% höheres Finanzierungsvolumen von 3,088 Mrd. EUR (2005: 2,192 Mrd. EUR) platziert.

Der im Privatkundengeschäft erzielte Rohertrag belief sich für 2006 auf 45,1 Mio. EUR. Das ist ein Plus von 48% gegenüber den 30,5 Mio. EUR aus dem Vorjahr.

- > Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- > Geschäft und Strategie
- > Organisation
- > **Geschäftsverlauf**
- > Risikobericht
- > Prognosebericht

Bezogen auf den erzielten Rohertrag entfielen dadurch im Jahr 2006 75,1% des Geschäfts (2005: 77,5%) auf das Privatkundengeschäft.

Weitere Angaben zu den Segmenten finden sich im Kapitel V. im Anhang zum Konzernabschluss auf Seite 87 dieses Berichts.

Die Rohertragsmarge
ist weiter gestiegen.

Betrachtet man die wichtigsten operativen Kennzahlen für das Privatkundengeschäft, so ergibt sich ein Bild etwas geringerer Pro-Kopf-Produktivitäten. Das erfolgreich vermittelte Finanzierungsvolumen je Finanzierungsberater im Privatkundengeschäft hat um 8% auf 20,7 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahreswert von 22,5 Mio. EUR etwas abgenommen, die Roherträge pro Kopf sind gegenüber dem Vorjahr mit einem Rückgang von 2% von 299 TEUR auf 293 TEUR ebenfalls leicht gesunken. Dies ist jedoch nicht in geringerer Effizienz unserer Finanzierungsberater oder Prozesse begründet, sondern ist auf eine durch das schwache Marktumfeld bedingte Unterauslastung der Kapazitäten zurückzuführen. Vor dem Hintergrund der Schwäche auf dem deutschen Transaktionsmarkt ist es umso erfreulicher, dass wir in diesem Umfeld unsere Rohertragsmarge im Privatkundengeschäft von 1,33% im Vorjahr auf 1,42% weiter steigern konnten. Dieser Zuwachs resultiert aus einem stärkeren Wettbewerb der Banken um das Finanzierungsvolumen im beschriebenen Marktumfeld.

Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen pro Finanzierungsberater Privatkundengeschäft in Mio. EUR

2004	16,9
2005	22,5
2006	20,7

Erzielter Rohertrag pro Finanzierungsberater Privatkundengeschäft in TEUR

2004	203
2005	299
2006	293

Das Privatkundengeschäft
ist noch profitabler geworden.

Rohertragsmarge Privatkundengeschäft in %

2004	1,21
2005	1,33
2006	1,42

Vermittlergeschäft

Im Vermittlergeschäft konnte beim abgeschlossenen Finanzierungsvolumen mit 1,315 Mrd. EUR (2005: 830 Mio. EUR) eine noch stärkere Steigerung um 59% erreicht werden.

Unser Vermittlersegment ist demnach erneut stärker gewachsen als das Privatkundengeschäft. Das liegt zum einen daran, dass dieses jüngere Segment von einer niedrigeren Basis aus wächst, und reflektiert zum anderen das große Potenzial im Vermittlermarkt. Diese Position wird durch die schlagkräftige Aufstellung mit einem sehr leistungsfähigen System gefördert. Außerdem haben neu gewonnene institutionelle Partnerschaften gegen Ende des Jahres erste positive Beiträge leisten können.

In absoluten Zahlen betrug der Rohertrag des Vermittlersegments 15,0 Mio. EUR (+69% ggü. dem Vorjahr). Darin zeigt sich, dass der Prohyp-Bereich attraktive Rohertragsmargen in einem Umfeld erzielen kann, in dem immer mehr unabhängige Finanzmakler und lokale Finanzierungsspezialisten auf die Dienstleistung von Prohyp zugreifen, und auch institutionelle Marktteilnehmer den Mehrwert des Modells erkennen und für sich nutzbar machen.

Bezogen auf den erzielten Rohertrag stieg der Anteil des Vermittlergeschäfts entsprechend von 22,5% auf 24,9%.

Weitere Kennzahlen zu den Segmenten finden sich im Anhang auf Seite 87 dieses Berichts.

Im Vermittlergeschäft ging die Produktivität aus den beim Privatkundengeschäft dargestellten Gründen analog leicht zurück: Das vermittelte Finanzierungsvolumen lag bei 29,2 Mio. EUR und damit 8% unter dem Vorjahreswert von 31,7 Mio. EUR pro Berater. Die Roherträge pro Finanzierungsberater sanken ebenfalls leicht um 1,5% von 335 TEUR in 2005 auf 330 TEUR im Berichtszeitraum. Auch diese Veränderung ist – wie im Privatkundengeschäft – in Verbindung mit dem schwachen Marktumfeld und der geringeren Kapazitätsauslastung in 2006 zu sehen. Im Vermittlergeschäft konnte sich die Rohertragsmarge gegenüber dem Vorjahresniveau von 1,07% auf jetzt 1,14% ebenfalls positiv entwickeln.

Das vermittelte
Finanzierungsvolumen
beträgt knapp 30 Mio. Euro
pro Berater.

Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen pro Finanzierungsberater Vermittlergeschäft in Mio. EUR

2004	23,4
2005	31,7
2006	29,2

Erzielter Rohertrag pro Finanzierungsberater Vermittlergeschäft in TEUR

2004	233
2005	355
2006	330

Rohertragsmarge Vermittlergeschäft in %

2004	1,00
2005	1,07
2006	1,14

- > Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- > Geschäft und Strategie
- > Organisation
- > **Geschäftsverlauf**
- > Risikobericht
- > Prognosebericht

Die **Vermögensverwaltung** legte weiter zu.

Im Bereich der Vermögensverwaltung unter der Marke Haselsteiner & Wolsdorf konnte 2006 das verwaltete Vermögen von 83,0 Mio. EUR um 15% auf 95,2 Mio. EUR gesteigert werden.

Verwaltetes Vermögen in Mio. EUR	
2004	58
2005	83
2006	95

Aus den 379 Verwaltungsmandaten (Vorjahr: 341 Mandate) wurden Reinerlöse in Höhe von 1,3 Mio. EUR (2005: 1,1 Mio. EUR) erzielt. Damit entspricht der Anteil von Haselsteiner & Wolsdorf am Gesamtrohertrag nunmehr rund 2,1% (2005: 2,9%).

Finanz- und Vermögenslage

Grundsätze und Ziele des Finanzmanagements

Interhyp verfügt über ein zentrales Finanzmanagement, in das auch die Tochtergesellschaften mit einbezogen sind. Durch diesen konzerninternen Finanzausgleich im Rahmen des Cash-Managements lassen sich die Kapitalanlagen des Konzerns optimieren und vorhandene Liquiditätsüberschüsse bündeln. Gleiches gilt für das Management der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen: Hier lässt sich der Buchungsaufwand durch Bündelung deutlich optimieren. Durch die ausschließliche Geschäftstätigkeit in Deutschland müssen derzeit keine Währungsrisiken abgesichert werden.

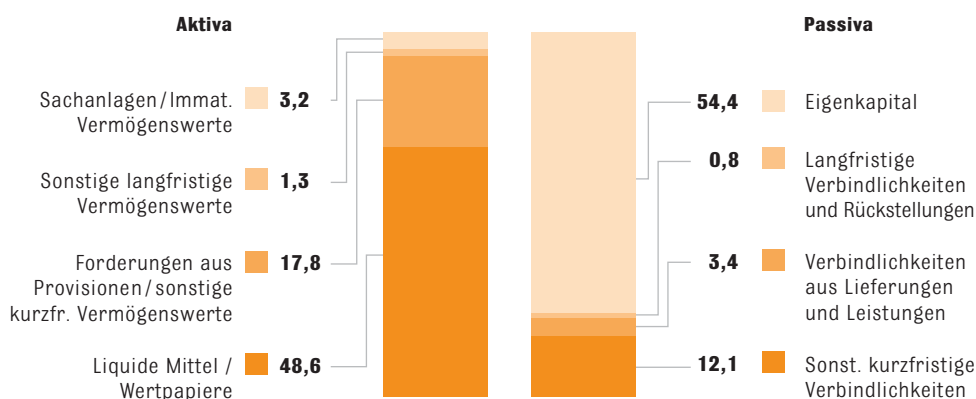
Bilanz

Die **Bilanzsumme** ist erneut kräftig gestiegen.

Die Vermögenslage der Interhyp AG war 2006 stark geprägt vom weiteren organischen Wachstum der Konzerngesellschaften. Durch die rasch wachsende Geschäftstätigkeit erhöhte sich die Bilanzsumme von 50,9 Mio. EUR per Ende 2005 auf nunmehr 70,8 Mio. EUR.

Im Folgenden findet sich eine Übersicht über die Bilanzstruktur, die Bilanz selbst findet sich im Abschnitt Konzernabschluss auf Seite 51 sowie die Erläuterungen im Anhang ab Seite 69.

Interhyp-Bilanzstruktur in Mio. EUR



Die erwirtschafteten operativen Cash Flows führten auf Basis des Bestands an liquiden Mitteln durch die Geschäftstätigkeit in 2005 und nicht zuletzt durch die Kapitalerhöhung aus dem Börsengang im September 2005 zu einem weiterhin sehr soliden Bestand an liquiden Mitteln in Höhe von 37,6 Mio. EUR (verglichen mit 33,9 Mio. EUR per Ende 2005). Zudem muss bei der Beurteilung der Finanzmittelveränderung auch noch der stark gestiegene Bestand an Wertpapieren von 11,0 Mio. EUR berücksichtigt werden (Vorjahr: 1,0 Mio. EUR).

Die latenten Steueransprüche in Höhe von 304 TEUR werden in Abschnitt IV im Anhang zum Konzernabschluss näher erläutert.

Das gezeichnete Kapital der Interhyp AG beträgt zum 31. Dezember 2006 und unverändert zum Vorjahr 6.498.350,00 EUR. Es ist eingeteilt in 6.498.350 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von je 1,00 EUR.

Der Anstieg der Sachanlagen um 61% von 1,5 Mio. EUR auf 2,5 Mio. EUR ist hauptsächlich auf die Einrichtung eines redundanten Serversystems in Berlin zurückzuführen, das die Systemstabilität und -sicherheit verstärkt.

Die größten Posten hinter der Bilanzposition „Sonstige Vermögenswerte“ sind bei den Vermögenswerten langfristiger Natur Mietkautionen und bei den kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten Zinsabgrenzungen aus Finanzmitteln.

Die um 48% erhöhten kurzfristigen Forderungen aus Provisionen (17,2 Mio. EUR gegenüber 11,6 Mio. EUR in 2005) resultieren aus den stark gestiegenen Umsätzen. Die Forderungen bestehen gegenüber Banken, Versicherungen und Bausparkassen mit hoher Bonität.

- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> Geschäft und Strategie
- >> Organisation
- >> **Geschäftsverlauf**
- >> Risikobericht
- >> Prognosebericht

In den sonstigen Rückstellungen befinden sich als größte Position die Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen angemieteter Büroräume.

*Interhyp hat die **kurzfristigen Finanzschulden** zurückgeführt.*

Die kurzfristigen Finanzschulden wurden im Berichtszeitraum komplett zurückgeführt. Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten bestehen hauptsächlich für Leistungsboni von Mitarbeitern sowie für Provisionsansprüche von Vertriebsmitarbeitern und von Partnern im Vermittlungsgeschäft. Die Position stieg im Berichtszeitraum um 37 % von 4,7 Mio. EUR auf 6,5 Mio. EUR im Rahmen der gestiegenen Geschäftstätigkeit. Eine genaue Aufgliederung der sonstigen Verbindlichkeiten findet sich auf Seite 78 im Anhang zum Konzernabschluss in diesem Bericht.

Als sonstige finanzielle Verpflichtungen bestehen unter anderem Leasingverpflichtungen für die Büro- und Geschäftsausstattung in Höhe von 358 TEUR, wovon 260 TEUR innerhalb eines Jahres fällig sind. Es handelt sich dabei ausschließlich um Operating-Leasing-Verträge.

Cash Flow

Der starke Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit (15,6 Mio. EUR gegenüber 10,9 Mio. EUR in 2005) ist in erster Linie auf die gestiegene Umsatztätigkeit und die damit verbundene Erhöhung des Konzernergebnisses zurückzuführen.

Der Cash Flow aus Investitionstätigkeit war mit -11,6 Mio. EUR in 2006 (gegenüber -1,3 Mio. EUR im Vorjahr) stark geprägt vom Erwerb und von der Veräußerung von Wertpapieren. Die Investitionen erfolgten jeweils in Pfandbriefe mit maximal sechsmonatiger Restlaufzeit.

Der Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit lag in 2006 bei -0,4 Mio. EUR, resultierend aus der Rückführung von Finanzschulden. Im Vorjahr (21,4 Mio. EUR) hingegen war der Cash Flow geprägt durch den Mittelzufluss aus der Ausgabe neuer Aktien in Höhe von 29,4 Mio. EUR im Zuge des Börsengangs.

Der freie Cash Flow für 2006 beträgt 4,0 Mio. EUR gegenüber 9,6 Mio. EUR im Vorjahr. Beim Vergleich sollten die Nettoinvestitionen in Wertpapiere in Höhe von 9,9 Mio. EUR in 2006 berücksichtigt werden. Im Vorjahr gab es keine derartigen Investitionen.

Die Finanzmittelfonds beliefen sich zum 31. Dezember 2006 auf 37,6 Mio. EUR, während sie am Anfang des Berichtszeitraums noch bei 33,9 Mio. EUR lagen – auch hier spiegelt sich die Finanzierungstätigkeit wider, der Bestand an Wertpapieren betrug zum Jahresende 11,0 Mio. EUR.

Investitionen

*Das **Investitionsvolumen** kletterte auf 2,5 Mio. Euro.*

Der Cash Flow aus Investitionstätigkeit beinhaltet zusätzlich zu den oben genannten Investitionen in Wertpapiere auch Investitionen in die Geschäftsausstattung neuer Niederlassungen und die Einrichtung eines weiteren, redundanten Serversystems an einem zweiten Standort. Die Investitionen in das Anlagevermögen stiegen entsprechend auf 2,5 Mio. EUR an (gegenüber 1,6 Mio. EUR in 2005).

Nicht bilanziertes Vermögen

Interhyp erhält im Finanzierungsprozess detaillierte Informationen über die Einkommens- und Vermögenssituation der Kunden, Angaben zum Finanzierungsobjekt und über die abgeschlossene Finanzierung. Die Nutzung dieser Kundenprofile sowie der Informationen über die Finanzierung steht der Interhyp zum Zwecke der weiteren Beratung frei. Interhyp hat daher die Möglichkeit, den Kunden gezielt vor Ablauf der ursprünglich abgeschlossenen Zinsbindung hinsichtlich einer Anschlussfinanzierung beratend zur Seite zu stehen. Da Interhyp bei Abschluss

einer Prolongationsvereinbarung (Darlehensverlängerung beim gleichen Kreditgeber) oder einer Anschlussfinanzierung für die Beratungs- und Vermittlungsleistung vom Finanzierungspartner wieder Provisionen erhält, stellen Kundendaten einen nichtbilanziellen Vermögenswert dar.

Sonstige immaterielle Werte

Eine hohe Kundenzufriedenheit generiert Weiterempfehlungen und erzeugt positive Assoziationen mit der Marke Interhyp. Beides sind wichtige Voraussetzungen für neue Ertragschancen und weiteres Wachstum. Die gute und vertrauensvolle Beziehung der Finanzierungsberater zu unseren Kunden stellt unser wertvollstes Gut dar.

Die Interhyp AG steht seit Bestehen des Unternehmens in engem, direktem Kontakt zu ihren Finanzierungspartnern. Das gewährleistet ein Produktmanagementteam, welches die Pflege und Weiterentwicklung der Kooperationen sowie die Neugewinnung von Finanzierungspartnern zur Aufgabe hat. Diese gesammelte langjährige Erfahrung und die vertrauensvolle Zusammenarbeit sind für den Erfolg des Unternehmens sehr wertvoll.

Zudem verfügt Interhyp über ein praxisbewährtes, fundiertes Know-how in der Abbildung von Organisations- und Prozessabläufen zur effizienten und qualitativ hochwertigen Vermittlung von Baufinanzierungen an die Finanzierungspartner. Dieses Know-how ermöglicht eine schnelle und für beide Seiten gewinnbringende Integration neuer Finanzierungspartner, was wiederum weitere Wachstumsmöglichkeiten sichert.

*Neue **Finanzierungspartner** werden schnell integriert.*

Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage

Das Ergebnis für 2006 weist in allen wichtigen Ertragskennzahlen Rekordwerte auf. Es basiert ausschließlich auf unserem starken organischen Wachstum im wichtiger werdenden Marktsegment der unabhängigen Baufinanzierungs-Broker. Vergleicht man die beiden Vertriebswege und Geschäftssegmente – Privatkundengeschäft und Vermittlergeschäft –, so zeigte Letzteres stärkere Wachstumsraten und konnte damit seinen Anteil am Gesamtgeschäft ausbauen. Dies spiegelt das Potenzial dieser Dienstleistung für unabhängige Finanzberater, aber auch für institutionelle Kooperationspartner wider.

Mitarbeiter

Der Personalstamm wurde im Berichtszeitraum um 108 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf 377 Festangestellte ausgebaut und lag damit 40% über dem Stand per Ende 2005 (269 Mitarbeiter). Schwerpunktmäßig wurden erneut Nachwuchskräfte und erfahrene Finanzierungsberaterinnen und -berater eingestellt.

*Interhyp hat im Jahr 2006 **108 neue Arbeitsplätze** geschaffen.*

Der Personalaufwand belief sich im Berichtszeitraum auf 22,9 Mio. EUR. Das bedeutet eine Steigerung um 37% gegenüber 2005 (16,7 Mio. EUR).

Übersicht Mitarbeiter nach Tätigkeit und Segmenten jeweils zum Jahresende

	2006	2005
Vertrieb und vertriebsnah*	301	244
davon Finanzierungsberater	214	151
- Privatkundengeschäft	163	119
- Vermittlergeschäft	51	32
Außerhalb Vertrieb	76	45
Gesamtzahl der Mitarbeiter	377	269

*Vertriebs- und vertriebsnahe Mitarbeiter sind Finanzierungsberater und in sonstigen vertriebsunterstützenden Funktionen beschäftigte Mitarbeiter.

- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> Geschäft und Strategie
- >> Organisation
- >> Geschäftsverlauf
- >> Risikobericht
- >> Prognosebericht

*Interhyp ist Ideengeber in
Innovationsprozessen.*

Innovationen

Da Interhyp als Intermediär zwischen Finanzierungspartnern und Endkunden agiert, hat das Unternehmen zwar durch aktive Mitgestaltung und einen engen Dialog mit den Finanzierungspartnern über das Produktmanagementteam Einfluss auf die Entwicklung von Produktinnovationen. Die Produkte werden aber vom Finanzierungspartner selbst umgesetzt und bepreist. Interhyp konzentriert sich im Innovationsprozess auf die Ideenlieferung und auf die Vertriebsführung. Entwicklungen, welche die Produktvielfalt bei Interhyp vergrößern und entsprechendes Absatzpotenzial besitzen, werden evaluiert, auf der Softwareplattform integriert und in der eigenen Salesforce sowie bei den Prohyp-Partnern geschult und durch laufende Vertriebsunterstützung vermarktet. Einen Überblick über die allein im Jahr 2006 neu im deutschen Markt eingeführten innovativen Darlehensvarianten gibt die Darstellung auf Seite 102.

Nachtragsbericht

Vorgänge von besonderer Bedeutung, die nach dem Schluss des Geschäftsjahres eingetreten sind und wesentliche Auswirkungen auf die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage besitzen, haben sich nicht ergeben.

Im Februar 2007 haben wir die organisatorische Aufstellung des Vermittlergeschäfts Prohyp an die breitere Dienstleistungspalette angepasst. Konkret haben wir ein gesondertes Team für die Gewinnung und die Betreuung institutioneller Kooperationspartner gegründet. Das Team für die Betreuung lokaler Baufinanzierungsspezialisten und unabhängiger Finanzberater soll im Laufe des Jahres in sechs Regionen in Deutschland (Nord, West, Mitte, Ost, Südwest, Südost) vor Ort angesiedelt werden, da wir für dieses Vermittlersegment in einer regionalen Aufstellung hohe Wachstumschancen sehen.

Risikobericht

Chancen- und Risikomanagement

Interhyp verfügt über ein Chancen- und Risikomanagementsystem, das neben dem internen Überwachungs- und Controllingssystem ein Risikofrüherkennungssystem beinhaltet. Dies dient der Identifizierung, Analyse und Bewertung sowie Steuerung von Risiken. In das Chancen- und Risikomanagementsystem sind auch die Tochtergesellschaften des Interhyp Konzerns einbezogen.

Ziel des Risikomanagementsystems ist es, die Risiken zu erkennen, transparent darzustellen und bei wesentlichen Fehlentwicklungen den Handlungsbedarf mit den geeigneten Gegenmaßnahmen aufzuzeigen. Typische Instrumente dabei sind Soll-Ist-Vergleiche, Kurzfristplanungen und der Risikoerfassungsbogen, der in regelmäßigen zeitlichen Abständen von den verschiedenen Unternehmensbereichen aktualisiert wird.

Ziel des Chancenmanagementsystems ist es, Chancen zielgerichtet und erfolgreich zu identifizieren und nutzen zu können.

Insgesamt soll das Chancen- und Risikomanagementsystem die nachhaltige Sicherung bestehender und zukünftiger Ertragspotenziale, die Sicherung von Wettbewerbsvorteilen sowie die Vermeidung von Vermögensverlusten sicherstellen. Im Rahmen der Abschlussprüfung 2006 hat der Wirtschaftsprüfer die Struktur und Funktion unseres Chancen- und Risikomanagementsystems geprüft und bestätigt, dass es sowohl der Unternehmensgröße angemessen als auch ordnungsgemäß ist.

Einzelrisiken

Im Wertpapierprospekt zur Börsenzulassung der Interhyp-Aktien wurden Aktionäre unter anderem über mögliche Risiken hinsichtlich der Geschäftstätigkeit sowie über mögliche rechtliche und aufsichtsrechtliche Risiken umfassend aufgeklärt. Im Folgenden findet sich eine Auswahl dieser Risiken. Die Auflistung erhebt jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Auswahl oder Reihenfolge der Risiken bedeutet ebenfalls keine Aussage über die mögliche Eintrittswahrscheinlichkeit oder Schwere der Einzelrisiken.

Risiken hinsichtlich der Geschäftstätigkeit

Unser zukünftiger Erfolg hängt auch davon ab, dass potenzielle Kunden das Internet so wie bisher als Medium für die Vermittlung von Baufinanzierungen akzeptieren und nutzen.

Der Erfolg von Interhyp hängt auch von der weiteren Akzeptanz des Internets ab.

Sollten Interessenten Sicherheits- oder Datenschutzrisiken befürchten, könnte trotz umfassender technischer Sicherheitsvorkehrungen seitens Interhyp die Nachfrage nach unseren Dienstleistungen zurückgehen.

Störungen oder Beeinträchtigungen der Sicherheit des IT-Systems könnten trotz umfassender mehrstufiger Redundanzen unter bestimmten Umständen zu einer Unterbrechung der Geschäftstätigkeit führen und Erlösausfälle und eventuell erhöhte Kosten verursachen.

Da sich die Geschäftstätigkeit derzeit ausschließlich auf Deutschland konzentriert, ist Interhyp insbesondere Faktoren ausgesetzt, die sich auf die deutsche Wirtschaft, den deutschen Wohnungsimmobiliemarkt und die Kreditvergabepaxis in Deutschland auswirken.

Wachstumsrisiken

Interhyp verfolgt ein bisher sehr erfolgreiches Recruiting- und Ausbildungskonzept, um den Personalaufbau zu sichern. Es ist derzeit nicht abzusehen, dass der geplante weitere Personalaufbau, der für die Erreichung der Wachstumsziele erforderlich ist, nicht umsetzbar wäre.

Interhyp versucht durch eine Reihe von Kommunikationsmaßnahmen den Bekanntheitsgrad der Marken Interhyp und Prohyp so zu steigern, dass die Nachfrage nach der angebotenen Dienstleistung die Erreichung der Wachstumsziele ermöglicht. Der Erfolg wird jedoch auch von der Wirksamkeit dieser Maßnahmen abhängen.

Wettbewerbsrisiken

Sollten wichtige Kreditgeber von Interhyp keine wettbewerbsfähigen Zinssätze mehr anbieten können, die Vermittlungsprovisionen von Interhyp kürzen oder die Zusammenarbeit mit Interhyp aufkündigen, könnte das Wachstum von Interhyp geringer ausfallen.

Interhyp ist seit Gründung des Unternehmens und aufgrund der Transparenz des Dienstleistungsangebots einem starken Wettbewerbsdruck ausgesetzt und hat vor diesem Hintergrund seine erfolgreiche Expansion vorangetrieben. Es ist derzeit weder eine Entspannung noch eine Erhöhung des Wettbewerbsdrucks zu erkennen.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Ausführungen zu den finanzwirtschaftlichen Risiken finden sich im Kapitel V des Anhangs zum Konzernjahresabschluss auf Seite 86 in diesem Bericht.

Rechtliche und aufsichtsrechtliche Risiken

Für 2007 sind keine aufsichtsrechtlichen Bestimmungen oder die Geschäftstätigkeit von Interhyp betreffenden Gesetzesänderungen zu erkennen, die die Geschäftstätigkeit substantiell beeinträchtigen könnten.

- >> Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- >> Geschäft und Strategie
- >> Organisation
- >> Geschäftsverlauf
- >> **Risikobericht**
- >> Prognosebericht

Kurzfristige Änderungen in der Steuergesetzgebung könnten sich auf das Geschäft von Interhyp negativ auswirken.

Sollten geistige Eigentumsrechte nicht gegen Angriffe Dritter verteidigt werden können oder sollten Datenschutzbestimmungen verletzt werden, könnte den Marken „Interhyp“ und „Prohyp“ und der Geschäftstätigkeit geschadet werden.

Gesamtrisiko

*Durch die positive
Geschäftsentwicklung sind die
Gefährdungspotenziale
begrenzt.*

Hinsichtlich der aufgeführten Risiken sind aus Sicht der Gesellschaft seit Veröffentlichung des Börsenprospekts keine wesentlichen Änderungen eingetreten. Der Ausbau des Interhyp-Geschäftsmodells ist notwendigerweise mit strategischen Risiken verbunden. Durch sorgfältige Abwägung der Handlungsoptionen im Hinblick auf Gefährdungspotenziale für die Positionierung der Interhyp AG werden Einzelrisiken eingegrenzt. Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung halten wir die strategischen Gefährdungspotenziale und Reputationsrisiken für begrenzt und beherrschbar.

Da wir seit Gründung des Unternehmens das organische Wachstum lediglich durch das Kapital der Venture-Capital-Geber und Gründer finanzieren konnten und noch kein Fremdkapital am Kapitalmarkt aufgenommen wurde, liegt für die Interhyp AG kein Rating einer Ratingagentur vor. Durch die positiven Cash Flow-Beiträge des operativen Geschäfts ist auch bei weiterem starkem organischem Wachstum derzeit keine Notwendigkeit für eine Fremdfinanzierung des laufenden Geschäftsbetriebs absehbar.

Gegenwärtig und in absehbarer Zeit existieren keine bestandsgefährdenden Einzelrisiken. Auch die Gesamtsumme der Risiken gefährdet nicht den Fortbestand von Interhyp.

Prognosebericht

Künftige Ausrichtung

Privatkundengeschäft

*Beide **Geschäftssegmente**
sollen weiter kräftig wachsen.*

Das Privatkundengeschäft bleibt auf organisches Wachstum ausgerichtet. Gezielte Marketingmaßnahmen zur Stärkung der Marke Interhyp sowie eine klare Positionierung im Wettbewerbsumfeld sollen eine steigende Nachfrage nach der Dienstleistung von Interhyp auch in 2007 sicherstellen. Die Bewältigung einer steigenden Nachfrage soll durch ein diesem Wachstum angepasstes Niveau an Neueinstellungen von Finanzierungsberatern gewährleistet werden. Aufgrund der positiven Erfahrungen im Jahr 2006 ist für 2007 die Eröffnung von neun weiteren Niederlassungen in führenden Städten vorgesehen.

Vermittlergeschäft

Prohyp wird sich in 2007 auf zwei Kundengruppen konzentrieren: Für unabhängige Finanzdienstleister und regional tätige Baufinanzierungsvermittler soll Prohyp einerseits immer mehr zu einer unverzichtbaren Workflow-Management-, Beratungs- und Scoringlösung werden. Durch gezielte Key-Accounting-Aktivitäten und die Betreuung durch die Prohyp-Finanzierungsberater werden bestehende Partnerschaften intensiviert und weiter ausgebaut. Für Institutionen wie Banken, Versicherungen, Maklerpools und Finanzdienstleister, die eine Open-Architecture-Lösung in der Baufinanzierung anbieten wollen, positioniert sich Prohyp andererseits als leistungsfähiger Outsourcing-Partner, der unterschiedliche Servicepakete anbietet. Auch im Vermittlergeschäft soll gezieltes Personalwachstum ausreichende Kapazitäten für eine gestiegene Nachfrage nach der Dienstleistung sicherstellen.

Haselsteiner & Wolsdorf

Das Wachstum dieses Bereichs soll durch die Gewinnung weiterer Verwaltungsmandate und eine umfassende Ausschöpfung durch die intensive Betreuung bestehender Mandanten auf organische Weise erzielt werden.

Mitarbeiter

Der Schwerpunkt des Mitarbeiterwachstums liegt weiterhin im Bereich der Finanzierungsberatung. Daneben werden aber auch zentrale Funktionen wie Finanzen, Human Resources, IT und Softwareentwicklung weiter ausgebaut, um das Wachstum zu unterstützen.

Künftige Märkte

Interhyp konzentriert sich mit einem aktuellen Marktanteil von 2,85% des Neugeschäfts in der privaten Baufinanzierung weiterhin auf die großen Wachstumsmöglichkeiten, die der deutsche Markt für das Geschäftsmodell des unabhängigen Hypothekensmaklers bietet. Die Wachstumschancen liegen dabei in der weiteren Gewinnung von Marktanteilen im Wettbewerb mit traditionellen Vertriebsmodellen und in der stärkeren Ausschöpfung des Antragsflusses durch erweiterte Produktlösungen neuer Bankpartner.

Künftige Produkte

Interhyp wird die Entwicklung neuer Baufinanzierungsprodukte durch intensive Gespräche mit aktuellen und potenziellen Finanzierungspartnern fördern. Interhyp geht davon aus, dass ab 2007 verstärkt ausländische Anbieter, die im deutschen Markt Fuß fassen wollen, Innovationen vorantreiben werden. Langfristig könnte dies zur Versorgung einer breiteren Schicht von Privatkunden mit Baufinanzierungsmöglichkeiten führen. Insbesondere ältere Darlehensnehmer, Interessenten mit wenig oder ohne Eigenkapital oder Kunden mit beeinträchtigter Kredithistorie könnten von dieser Entwicklung profitieren.

*Interhyp wird die **Entwicklung** im Produktbereich weiter vorantreiben.*

Künftige Dividenden

Für künftige Geschäftsjahre und ohne Berücksichtigung möglicher außergewöhnlicher Erträge oder Investitionen streben wir langfristig eine Ausschüttung von zumindest 50% des erwirtschafteten Bilanzgewinns der Interhyp AG pro Jahr an unsere Aktionäre an.

Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Für 2007 erwarten wir eine etwas abgeschwächte Wirtschaftsdynamik in den USA, ein weiterhin stürmisches Wachstum in Asien und eine Fortsetzung der positiven Entwicklung in Deutschland, die von einer weiterhin starken Exportkonjunktur, aber auch von stärkerem Konsum und Investitionsverhalten ausgehen sollte. Wir gehen davon aus, dass die US-Notenbank die Leitzinsen im ersten Halbjahr unverändert bei 5,25% belassen wird. Die langfristigen Kapitalmarktzinsen in den USA werden im Spannungsfeld zwischen schwächerem Wachstum und Inflationsgefahr jedoch durchaus kräftiger schwanken. Von der EZB erwarten wir bis zur Jahresmitte eine Anhebung der Leitzinsen auf 4,00%. Die langfristigen Zinsen werden stark von der jeweiligen Tendenz in den USA abhängen, gemessen an den Renditen für 10-jährige Pfandbriefe erwarten wir eine Schwankungsbreite zwischen 4,00% und 4,50%.

Nach einem zehnjährigen Rückgang ist der Wohnungsbau 2006 erstmals, auch als Folge der Abschaffung der Eigenheimzulage, um rund 2% angestiegen. Dabei liegt die Neubauaktivität weiterhin deutlich unter dem theoretischen Gleichgewichtsniveau. Für 2007 ist vor dem Hintergrund des konjunkturellen Aufschwungs und der verbesserten Einkommenserwartungen von einem leichten Anziehen der Aktivität auszugehen. Die Nachfrage nach Bestandsobjekten wird stark von der Nachhaltigkeit der Verbesserungen am Arbeitsmarkt und vom Vertrauen der Konsumenten abhängen. Die Erwerbs- und Finanzierungskosten in Relation zum Haushaltsnettoeinkommen haben aufgrund der tiefen Zinsen in den vergangenen Jahren deutlich abgenommen. Damit sollten Nachfrage- und Preiseffekte in den nächsten Jahren spürbar werden. Gemessen am Bundesbank-Neugeschäftsvolumen erwarten wir auf Basis der Run-Rate im zweiten Halbjahr 2006 ein Jahresvolumen von 175 bis 185 Mrd. EUR.

- > Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- > Geschäft und Strategie
- > Organisation
- > Geschäftsverlauf
- > Risikobericht
- > Prognosebericht

*Eine **Marktbereinigung** würde die Position von Interhyp weiter stärken.*

Künftige rechtliche Rahmenbedingungen

Die Europäische Kommission hat 2005 ein Grünbuch über Hypothekarkredite in der EU vorgelegt, woraufhin eine Regierungsexpertengruppe für Hypothekarkredite ins Leben gerufen und ein europäischer Dialog zwischen Vertretern der Hypothekarkreditbranche und Verbrauchern geführt wurde. Gegenstand der Überlegung ist, ob und gegebenenfalls in welchem Umfang der europäische Gesetzgeber die europäischen Baufinanzierungsmärkte regulieren soll. Im Grünbuch zur Finanzdienstleistungspolitik (2005 bis 2010) hat die Europäische Kommission ihre Absicht angekündigt, den Bereich der Kreditvermittlung einer eingehenden Prüfung zu unterziehen. Obwohl diese Maßnahmen – sollten sie entsprechend in eine EU-Richtlinie und nationale Gesetze münden – zu Kostensteigerungen führen könnten, dürfte sich durch die resultierende Marktbereinigung die relative Stärke von Interhyp im Wettbewerb festigen.

Die deutsche Finanzverwaltung behandelt die Dienstleistungen eines Untervermittlers bei der Vermittlung von Krediten als steuerpflichtig. Die Frage, inwieweit diese Auslegung mit europäischem Recht vereinbar ist, ist dem EuGH 2006 zur Vorabentscheidung vorgelegt worden. In 2007 ist mit einer Entscheidung des EuGH zu rechnen.

Erwartete Ertragslage

Für das laufende Geschäftsjahr 2007 erwarten wir weitere Marktanteilsgewinne und profitables Wachstum für Interhyp. Beim Finanzierungsvolumen erwarten wir eine Steigerung auf mehr als 6,0 Mrd. EUR. Auf dieser Basis halten wir einen Rohertrag von mehr als 80 Mio. EUR für realistisch. Wir halten es ebenfalls für realistisch, in 2007 ein EBIT von rund 32 Mio. EUR zu erreichen.

Für 2007 rechnen wir weiterhin mit einer normalisierten Steuerquote von rund 42%. Für das Geschäftsjahr 2008 ist erwähnenswert, dass sich die Unternehmensteuerreform in Deutschland – sofern sie wie entworfen beschlossen und umgesetzt wird – für unseren Jahresüberschuss positiv auswirken würde. Die derzeitige Steuerquote von rund 42% würde demnach gemäß eigenen Schätzungen auf ein Niveau von rund 36% absinken.

Erwartete Finanzlage

Aufgrund des durch den Börsengang in 2005 und die positiven Beiträge aus dem operativen Geschäft stark gestiegenen Bestands an liquiden Mitteln sind keine langfristigen Finanzierungsmaßnahmen über die Aufnahme von Fremdkapital geplant.

*Interhyp strebt eine **Ausschüttungsquote** von mindestens 50 Prozent an.*

Die Liquiditätsposition der Interhyp AG wird sich bei Erreichen des angestrebten Wachstums aufgrund des erzielbaren operativen Cash Flows noch weiter verbessern. Bezüglich unserer Dividenden an die Aktionäre streben wir kontinuierliche Steigerungen und eine Ausschüttungsquote von mindestens 50% an.

Chancen

Die Wachstumsstrategie von Interhyp basiert auf der Gewinnung weiterer Marktanteile bei der Vermittlung von privaten Baufinanzierungen in Deutschland. Der Weg dazu liegt in einem organischen, kontrollierten Wachstum und der damit verbundenen Skalierung des Geschäftsmodells. Bei weiterer Stärkung der Marktführerschaft in diesem Segment können Vorteile aus dieser Position eingesetzt werden, um das Wachstum nochmals zu beschleunigen. Ein Schlüssel zur Nutzung dieses Wachstumspotenzials liegt in der kontinuierlichen Steigerung der Nachfrage nach der Dienstleistung von Interhyp und Prohyp und damit in einem konsequenten Ausbau der Kommunikations- und Marketingmaßnahmen.

Aus den Ergebnissen der ersten Phase unserer Regionalisierung erkennen wir im Privatkundengeschäft die Chancen, für unsere Kunden auch als in der Region ansässiger Spezialist vor Ort greifbar zu sein: verstärkte Nachfrage nach unserer Dienstleistung, verbesserte Abschlussquoten nach einem Vor-Ort-Termin in einer der Niederlassungen sowie starke lokale Weiterempfehlungsketten, die wir für uns nutzen können.

Im Vermittlergeschäft liegen die Chancen im allgemeinen Trend hin zu unabhängigen Finanzberatern, die ihr Angebotspektrum auch um die Baufinanzierung erweitern möchten. Zusätzlich sehen wir Chancen in der zunehmenden Aufgeschlossenheit gegenüber Open-Architecture-Lösungen in der Baufinanzierung seitens Banken und Finanzdienstleistern, die ihrerseits die Chancen in der Zusammenarbeit mit einem Baufinanzierungsspezialisten suchen und von den Skalierungseffekten profitieren wollen.

Durch eine Spezialisierung unserer Finanzierungsberater wie beispielsweise auf Anschlussfinanzierungen oder Investorengeschäft sehen wir weiteren Zusatznutzen und die Möglichkeit einer höheren Durchdringung des Gesamtmarkts – sofern wir unsere Spezialisierung dem Kunden auch als Mehrwert nahebringen können und zu einer langfristig besseren Informationslage der Verbraucher hinsichtlich der Finanzierungsmöglichkeiten insbesondere bei Anschlussfinanzierungen beitragen können.

*Interhyp will die
Informationslage der
Verbraucher verbessern.*

Zusätzliche Chancen

Eine Erweiterung der Finanzierungsmöglichkeiten durch neue Produktangebote für heute noch unterversorgte Zielgruppen würde Interhyp eine stärkere Ausschöpfung der Finanzierungsanfragen und damit weitere Wachstumsmöglichkeiten bieten.

Eine anziehende Konjunktur in der Wohnungswirtschaft beziehungsweise Preissteigerungen auf dem Immobilienmarkt würden Wachstumsfaktoren für Interhyp darstellen.

Ebenso könnten die zunehmende Nutzung des Mediums Internet und die steigende Akzeptanz bei der Bevölkerung eine weitere Verstärkung der Nachfrage nach Dienstleistungen von Interhyp erzeugen. Diese Einflüsse sind jedoch aufgrund der damit verbundenen Unsicherheiten nicht in den oben genannten Planungen berücksichtigt.

Ziel von Interhyp ist es, die Marktführerschaft sowohl im Privatkundengeschäft als auch im Vermittlergeschäft auszubauen und so überproportional vom erwarteten steigenden Kundenzuspruch für unabhängige Hypothekemakler zu profitieren.

Gesamtaussage zur voraussichtlichen Entwicklung

Der Vorstand geht von einer nachhaltig günstigen künftigen Geschäftsentwicklung der Interhyp AG aus. Das Unternehmen befindet sich in einem dynamisch wachsenden Markt für unabhängige Baufinanzierungsvermittlung. Zudem ergeben sich Chancen aus der Regionalisierung des Privatkundengeschäfts im Rahmen der Niederlassungsstrategie sowie weiteres Potenzial für die Dienstleistung im Vermittlergeschäft mit unabhängigen Finanzberatern, lokalen Baufinanzierungsspezialisten und durch institutionelle Kooperationen in diesem Bereich. Der Vorstand hält das Unternehmen für ausgezeichnet positioniert, um Wachstumspotenziale, die sich bieten werden, konsequent nutzen zu können.