

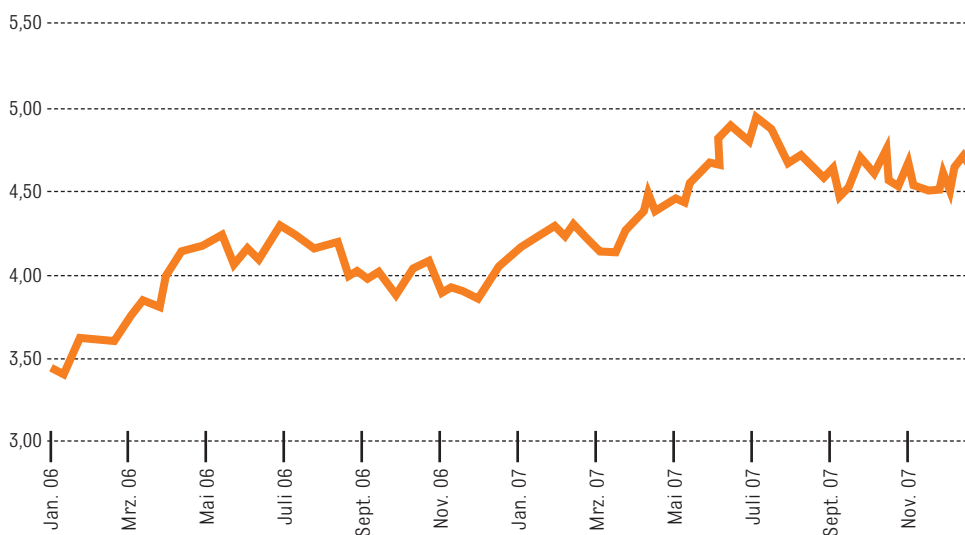
**Wirtschaftliche Rahmenbedingungen**

**Gesamtwirtschaftliche Entwicklung**

Die wirtschaftliche Entwicklung im Jahr 2007 kann grundsätzlich in zwei sehr unterschiedliche Phasen geteilt werden. Während bis zum Frühsommer die Themen globales Wachstum und steigende Inflationsraten die Leitzinspolitik der Notenbanken und das Handeln der Investoren an den Zinsmärkten bestimmten, drehte die Stimmung im zweiten Halbjahr drastisch. US-Immobilienkrise, Subprime-Krise, Rezessionsangst, globaler Konjunkturrückgang und Bankenkrise waren plötzlich die beherrschenden Themen und führten zu einer kräftigen Reaktion an den Kapitalmärkten und in der Notenbankpolitik. So hat die Federal Reserve Bank die Leitzinsen von 5,25% zuerst in kleinen Schritten bis zum Dezember 2007 auf 4,25% und im Januar 2008 in einem dramatischen Schritt auf 3,00% gesenkt um das Eintauchen in eine längere Rezessionsphase zu verhindern. Das hat auch die Renditen der 10-jährigen US-Staatsanleihen, die Mitte des Jahres über 5,30% betragen hatten, bis zum Februar auf rund 3,60% sinken lassen. Die zweijährigen Titel haben angesichts der Kreditmarktkrise und der Fluchtbewegung der Anleger in hohe Qualität sogar ein Niveau von unter 2% erreicht und implizieren damit weitere Zinssenkungen der US-Notenbank. Auch in Euroland wurden angesichts der US-Schwäche die Wachstumsprognosen für 2008 im Laufe des 2. Halbjahres 2007 immer kritischer eingeschätzt, was seit Sommer wiederum zu sinkenden Langfristzinsen geführt hat. So haben die Renditen für 10-jährige Bundesanleihen, die mit 3,96% in das Jahr 2007 gestartet und im Sommer bis auf 4,67% gestiegen waren, seit Januar 2008 wieder ein Niveau von rund 3,90% erreicht. Die Europäische Zentralbank, die die Leitzinsen im Juni angesichts positiver Wachstumsprognosen und zunehmender Inflations Sorgen auf 4,00% angehoben hatte, konnte unter den neuen Rahmenbedingungen keine weiteren Zinsschritte rechtfertigen und versucht das Dilemma aus schwächeren Wachstumserwartungen, gleichzeitig aber hartnäckigen Inflationszahlen von über 3,0% und einer expansiven Geldmenge vorerst durch Stillhalten zu lösen. Die Zinsstrukturkurve in den USA hat sich im Jahresverlauf von flach auf sehr steil verändert und auch in Euroland hat sie einen positiven Verlauf angenommen.

In der zweiten Jahreshälfte wurden die **Wachstumsprognosen** in Euroland immer kritischer eingeschätzt.

**Renditen 10-jährige Pfandbriefe in %**



**Branchenentwicklung**

Das von der Bundesbank gemeldete Neugeschäftsvolumen von 181,8 Mrd. EUR in 2007 bedeutet einen Rückgang von 3% gegenüber den 188,2 Mrd. EUR in 2006. Im Jahresverlauf ist festzustellen, dass das 1. Halbjahr mit 94,5 Mrd. EUR deutlich stärker war als das 2. Halbjahr mit 87,4 Mrd. EUR. Das 4. Quartal war mit 42,0 Mrd. EUR dabei das schwächste Quartal seit dem 2. Quartal 2005. In dieser Entwicklung spiegelt sich das schwache Nachfrageverhalten der Kunden

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

allerdings nur gedämpft wider, da in diesen Zahlen auch ein erheblicher Anteil von internen Verlängerungen von bestehenden Darlehen der Kreditinstitute enthalten ist, der in 2007 unserer Einschätzung nach über dem Niveau von 2006 lag. In den Zahlen für das 4. Quartal macht sich auch bemerkbar, dass dieses Jahr im Gegensatz zu 2005 (Wegfall der Eigenheimzulage) und 2006 (Mehrwertsteuererhöhung zum 1. Januar 2007) keinerlei Basis für Sondernachfrage gegeben war.

Um ein detaillierteres Bild von der Nachfrage zu erhalten, gilt es, den Markt für Kauftransaktionen von privaten Haushalten in 2007 zu analysieren. Hier ergibt sich aus den Daten der Gutachterausschüsse in 11 großen deutschen Städten eine gegenüber 2006 praktisch unverändert geringe Aktivität. Auch 2007 lag damit die Anzahl der Transaktionen auf dem Niveau von 2004 und sogar noch unter dem Niveau von 2002 und 2003.

*Die Baugenehmigungen erreichten in 2007 einen Tiefstand seit 1949.*

Besonders schwach hat sich 2007 der Neubau entwickelt. So sind die Baugenehmigungen im Jahr 2007 mit rund 157.000 Einheiten um rund 28 % gegenüber 2006 gesunken und haben damit einen Tiefstand seit 1949 erreicht. Darin machen sich die erhöhten Baukosten, defensives Konsumentenverhalten und der Kahlschlag bei den direkten staatlichen Förderungen für Eigennutzer und steuerlichen Anreizen für Kapitalanleger drastisch bemerkbar. Bei den Preisen für Bestandsimmobilien ist in der Breite des deutschen Marktes auch in 2007 kein positiver Trend zu erkennen gewesen. Die Preise für klassische Einfamilienhäuser bewegen sich weiterhin auf dem Niveau von 1997. Eine Ausnahme bilden spezielle Mikrolagen im Hochpreissegment in gefragten Ballungsgebieten, in denen aufgrund des geringen Angebotes Preissteigerungen bemerkbar waren. Während im Durchschnitt die Mieten in Deutschland nur um rund 1 % gestiegen sind, waren in gesuchten, beschäftigungsstarken Städten in 2007 bereits Mietsteigerungen von bis zu 4,5% zu verzeichnen. Bei einem anhaltend geringen Neubauvolumen wird sich dieser Trend verfestigen. Aber auch hier gilt, dass die durchschnittlichen Mieten in Deutschland gerade einmal 5% höher als in 1997 liegen. In Summe war die Entwicklung am deutschen Wohnimmobilienmarkt auch 2007 sehr enttäuschend und höhere Beschäftigung sowie höhere Wachstumsraten der deutschen Wirtschaft haben bisher noch nicht zu einer Markterholung geführt.

## **Interhyp – Geschäft und Strategie**

### **Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur**

#### **Geschäftstätigkeit**

Die Interhyp AG ist Deutschlands führender unabhängiger Vermittler für private Baufinanzierungen. Als Broker tritt Interhyp nicht selbst als Kreditgeber auf, sondern wir wählen aus den Angeboten von über 50 Banken die optimale Finanzierung für unsere Kunden aus. Dabei setzen wir auf kompetente, persönliche und unabhängige Beratung durch unsere mehr als 250 Finanzierungsspezialisten. Zielgruppe sind Privatkunden, die eine Immobilie bauen oder kaufen wollen und dafür eine maßgeschneiderte Finanzierungslösung suchen. Außerdem helfen wir Kunden mit bestehenden Kreditengagements dabei, nach Ablauf der Zinsbindung bei ihrer Anschlussfinanzierung die Struktur optimal an mögliche neue individuelle Gegebenheiten und das Zinsumfeld anzupassen.

Startpunkt für eine individuelle Beratung ist eine Finanzierungsanfrage, die alle wichtigen Informationen zur finanziellen Situation des Kunden wie auch zum Objekt selbst enthält. Unsere Kundengewinnung zielt daher immer auf das Informationsangebot auf unserer Internetseite [www.interhyp.de](http://www.interhyp.de), auf der sich Interessenten nicht nur informieren, sondern auch verschiedene Online-Rechner nutzen können, eine erste Zinseinschätzung für ihr Vorhaben entwickeln und nicht zuletzt eine Finanzierungsanfrage ausfüllen und an uns absenden können.

Mit 17 Standorten in deutschen Großstädten ist Interhyp ein echter Multikanalanbieter für private Baufinanzierungen: Unabhängig davon, ob unsere Kunden per Internet, per Telefon oder schriftlich anfragen, im Beratungsprozess steht jedem Kunden dann sein persönlicher Berater zur Seite, der ihn während des gesamten Finanzierungsprozesses begleitet. Und jeder Kunde im Einzugsgebiet unserer Standorte kann ein persönliches Beratungsgespräch in der Niederlassung vereinbaren.

*Interhyp ist ein echter  
**Multikanalanbieter** für  
private Baufinanzierungen.*

Für eine fundierte Analyse der Finanzierungsmöglichkeiten nutzen unsere Berater die selbst entwickelte Softwareplattform eHyp, die im Beratungsgespräch hohe Effizienz und absolute Fokussierung auf den Kunden ermöglicht. Denn mit Hilfe von eHyp kann jeder Berater die Kundendaten mit den individuellen Kreditvergeberichtlinien der einzelnen Finanzierungspartner in Echtzeit abgleichen und die Konditionen für die optimale Finanzierungsstruktur kalkulieren. In diesen Prozess ist unser Kunde „live“ eingebunden, am Telefon genauso wie im persönlichen Gespräch vor Ort.

Den über 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 Kreditvergeberichtlinien exakt definieren. Die Vergütung für die Vermittlung des Kredits erfolgt bei Abschluss eines Darlehensvertrages durch die Kreditgeber an Interhyp. Damit profitieren die Banken von einem schlagkräftigen und schlanken 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 zwei operativ tätige Tochtergesellschaften: Die Prohyp GmbH ist eine 100%ige Tochtergesellschaft, die MLP Hyp GmbH ist zu 50,2% im Eigentum der Interhyp-Gruppe, zu 49,8% ist die MLP Finanzdienstleistungen AG beteiligt.

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

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 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 2007 entfielen 35,8% des von Interhyp vermittelten Finanzierungsvolumens auf diesen Geschäftszweig.

*Durch die **MLP Hyp GmbH** erhält MLP unsere volle Leistungsfähigkeit in der Immobilienfinanzierung.*

Die MLP Hyp GmbH ging im Rahmen der Kooperation mit der MLP Finanzdienstleistungen AG aus der Interhyp Service GmbH hervor, die im Jahr 2007 neu gegründet wurde. Zweck der Gesellschaft sind die Versorgung des MLP-Vertriebs mit Baufinanzierungsangeboten und der dazu notwendigen Softwaretechnologie sowie Unterstützung in der Abwicklung und die Erbringung damit verbundener Servicedienstleistungen im Rahmen der mit der MLP Finanzdienstleistungen AG geschlossenen langfristigen Kooperationsvereinbarung. Die operative Leitung der Gesellschaft liegt bei der Interhyp AG. Die Gesellschaft hat am 5. November 2007 den operativen Betrieb aufgenommen. Die MLP Hyp GmbH wird im Konzernabschluss voll konsolidiert, der Anteil der MLP Finanzdienstleistungen AG am erzielten Jahresüberschuss wird als Minderheitenbeteiligung ausgewiesen.

Im 2. Quartal 2007 ist Interhyp zudem eine langfristige Marketingkooperation mit der iMakler GmbH eingegangen und hat diese Kooperation mit einer Minderheitsbeteiligung in Höhe von 25,2% unterlegt.

Die 100%ige Tochtergesellschaft Hausfinanz Beratungsgesellschaft mbH führt derzeit keinen operativen Geschäftsbetrieb aus.

#### **Vertriebswege**

Interhyp nutzt zwei unterschiedliche Vertriebswege:

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

*Seit 2005 können auch **institutionelle Kooperationspartner** die Dienstleistung von Prohyp nutzen.*

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 Segment wird unter der eigenständigen Marke Prohyp betrieben. Seit 2005 bieten wir die Fachkenntnis und Vertriebsleistung unserer Finanzierungsberater auch institutionellen Kooperationspartnern an. Diese erhalten von Prohyp Zugang zur Softwareplattform eHyp und können darüber auf das volle Produktspektrum und damit auch auf die Einkaufsposition der Interhyp AG zurückgreifen. Im Rahmen von Kooperationsverträgen können diese Baufinanzierungsleistungen in maßgeschneidertem Umfang von Prohyp bezogen werden. Partner können so ein umfangreiches Baufinanzierungsangebot für eigene Kunden innerhalb kurzer Zeit neu aufbauen oder bestehende Vertriebslösungen mit der Unterstützung von Prohyp optimieren.

Diese beiden Vertriebswege stellen gleichzeitig die Segmente der Finanzberichterstattung dar.

#### **Niederlassungen**

Im Jahr 2007 haben wir die mit dem Standort Nürnberg begonnene zweite Phase der Niederlassungsstrategie plangemäß abgeschlossen, in der seit Herbst 2006 zehn weitere regionale Präsenzen in wichtigen Ballungszentren Deutschlands aufgebaut wurden. Mit den schon zuvor eröffneten Standorten ist Interhyp nun in 17 großen Städten in Deutschland für Kunden auch vor Ort zugänglich und damit als vollwertiger Multikanalanbieter aufgestellt.

Eine genaue Auflistung der Standorte findet sich auf Seite 27 in diesem Bericht.

Interessenten im Einzugsgebiet der Standorte haben damit die Möglichkeit, sich 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 einen persönlichen Kontakt abschließen möchten. Zudem kann sich Interhyp in diesen Regionen noch deutlicher als klare Alternative zur traditionellen Hausbank positionieren, zusätzlich auch lokale Bankpartner 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 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.

*Durch unsere **17 Niederlassungen** sind wir beim Kunden vor Ort.*

### **Prozesse**

Unsere Kundengewinnungsmaßnahmen im Privatkundengeschäft sind sehr stark auf die Website von Interhyp ([www.interhyp.de](http://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 Ansprachemöglichkeiten im Vordergrund, bei überregionalen Marketingmaßnahmen dagegen die Kontaktmöglichkeit über eine kostenlose Servicenummer. Mit der Öffnung der regionalen Niederlassungen seit 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 er die Dienstleistung von Interhyp in Anspruch nehmen, übermittelt er uns zunächst die für die Beratung und spätere Kreditentscheidung notwendigen persönlichen Angaben. Das kann entweder schriftlich, telefonisch oder über Eingabemöglichkeiten auf der Internetseite passieren. Die Kundenangaben beinhalten Details zu seinem Finanzierungsvorhaben, der gewünschten Finanzierungsstruktur, sofern hier schon konkrete Wünsche bestehen, aber auch zur Einkommens- und Vermögenssituation.

*Jeder Kunde hat einen **persönlichen Finanzierungsberater** an seiner Seite.*

Anschließend nimmt ein persönlicher Interhyp-Finanzierungsberater, der unseren Kunden durch den gesamten Finanzierungsprozess begleitet, Kontakt mit ihm auf und klärt erste Fragen. Sollte sich der Interessent im Einzugsgebiet eines unserer Standorte befinden, wird die Betreuung automatisch durch die nächstgelegene Niederlassung übernommen, um später auch einen persönlichen Kontakt vor Ort zu ermöglichen. Ist dies nicht der Fall, wird der Kontakt von Betreuungsteams der Interhyp-Zentrale in München übernommen.

Im weiteren Verlauf der Beratung werden die Zielvorstellungen des Kunden in den Dialog genauso mit einbezogen wie die individuelle Lebenssituation. Es 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 Machbarkeit 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 Kreditvergeberichtlinien je Kreditgeber, die im System hinterlegt sind.

Das eHyp-System, das auch in 2007 laufend weiterentwickelt wurde 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.

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

### 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 Kunden 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 Kooperationspartners ein breites Spektrum von Kooperationsformen bieten: von der reinen Systemunterstützung und Zugangsmöglichkeit einer vorhandenen eigenen Vertriebsmannschaft beim Kooperationspartner bis hin zum kompletten Outsourcing des gesamten Vertriebsprozesses als „White-Label-Lösung“.

### Produkte

**98 Prozent** der Roherträge kommen aus der Baufinanzierung.

In 2007 erzielte Interhyp 98,0% der gesamten Roherträge – also der Umsätze abzüglich der im Vermittlergeschäft ausbezahlten Provisionen – durch die Vermittlung von Baufinanzierungen. Sowohl im Privatkunden- als auch im Vermittlergeschäft stehen eine Vielzahl festverzinslicher, (teil-)variabel verzinslicher und andere spezielle Darlehensformen verschiedener Kreditgeber zur Auswahl. Eine vollständige Produktübersicht können Sie im Internet unter der Adresse <http://www.interhyp.de/produkte.html> herunterladen.

Der restliche Anteil von 2,0% am gesamten Rohertrag entfällt auf Absicherungsprodukte rund um die Immobilie und deren Finanzierung – insbesondere zur Darlehensabsicherung und Wohngebäudeversicherung. Zudem sind noch diejenigen Erträge enthalten, die bis zur Veräußerung der Haselsteiner & Wolsdorf GmbH im Oktober 2007 aus Dienstleistungen im Bereich der Vermögensverwaltung erwirtschaftet wurden.

### Absatzmärkte

Interhyp hält als Marktführer in Deutschland einen Marktanteil von 3,53% am Neugeschäft privater Baufinanzierungen in Deutschland. Als mit großem Abstand führender Broker für Baufinanzierungen sehen wir auf unserem heimischen Absatzmarkt weiterhin deutliche strukturell bedingte Wachstumschancen.

Zusätzlich befinden wir uns in der Analyse- und Bewertungsphase möglicher längerfristiger Wachstumsoptionen, die sich für unser Geschäftsmodell in internationalen Märkten bieten könnten. Die Hauptvoraussetzungen für einen aus unserer Sicht attraktiven Absatzmarkt sind der Entwicklungsstand des Vermittlersektors und die Existenz von potenziellen Bankenpartnern, die für sich eine klare Wachstumsstrategie in der privaten Baufinanzierung verfolgen wollen.

### **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. AG (Teil der Hypoport AG) und Planethome (100%ige Tochter der HypoVereinsbank) sowie unabhängige Finanzdienstleister.

Eine Reihe von Wettbewerbern aus dem Bankensektor haben allerdings 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. Andere zumeist regional aufgestellte Banken nutzen eine Kooperation mit Prohyp dafür, ihren Kunden eine Baufinanzierungslösung selbst dann anbieten zu können, wenn das eigene Produktangebot der Bank keine Lösung bietet.

### **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 Grafik auf Seite 22 beschreibt die Entwicklung des Interhyp-Marktanteils seit 2005. Das Volumen der abgeschlossenen Finanzierungen stellt zudem eine komparative Größe für die Messung der Wettbewerbssituation dar. Da nicht alle direkten Wettbewerber im Markt für Baufinanzierungsvermittlung am Kapitalmarkt vertreten sind, ist eine direkte 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.

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

Interhyp setzt auf **kontinuierliche Marktanteilsgewinne.**

**Marktanteil Neugeschäft private Wohnungsbaukredite** quartalsweise, in %

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
<b>Q1 2007</b>	<b>2,89</b>
<b>Q2 2007</b>	<b>3,17</b>
<b>Q3 2007</b>	<b>2,89</b>
<b>Q4 2007</b>	<b>3,53</b>

#### 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 Preisentwicklung, Konsumentenvertrauen, Arbeitslosigkeitsrate und Zinsentwicklung insbesondere der längeren Laufzeiten.

#### Finanzielle Ziele

Interhyp veröffentlichte im Februar 2007 die Erwartungen für das Gesamtjahr bezüglich folgender Kennzahlen:

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

In der folgenden Tabelle sind die ursprüngliche Erwartung vom Februar 2007 sowie die notwendig gewordene Anpassung der Ziele vom September 2007 den jeweiligen Ergebnissen für das Geschäftsjahr 2006 gegenübergestellt:

In einem schwierigen Marktumfeld mussten wir unsere **Jahresziele anpassen.**

Finanzkennzahl	Erwartetes Ergebnis (Februar 2007)	Erwartetes Ergebnis (September 2007)	Vorjahresergebnis
Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen	>6 Mrd. EUR	5,7 Mrd. EUR	4,4 Mrd. EUR
Rohertrag	>80 Mio. EUR	75 Mio. EUR	60,1 Mio. EUR
EBIT	32 Mio. EUR	27 Mio. EUR	22,4 Mio. EUR

Ein überraschender Rückgang der Kundennachfrage und ein defensiveres Abschlussverhalten unserer Antragsteller Ende August und Anfang September, das wir auf die Verschärfung der Kreditkrise in den USA und die intensive Verunsicherung durch die in den Medien groß diskutierte Schieflage der IKB und Sachsen LB zurückführen, hat unsere Aussicht auf den Geschäftsverlauf bis zum Jahresende konservativer werden lassen. Aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen haben wir ein Erreichen der ursprünglichen Ziele als nicht mehr realistisch erachtet und die Erwartungen für das Gesamtjahr wie eben dargestellt angepasst.

Im Folgenden finden sich die geänderte Erwartung sowie ein Soll-Ist-Vergleich zu den tatsächlich erreichten Werten für diese Kenngrößen:

<b>Finanzkennzahl</b>	<b>Erwartetes Ergebnis (Februar 2007)</b>	<b>Erzieltes Ergebnis</b>	<b>Differenz in %</b>
Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen	>6 Mrd. EUR	5,7 Mrd. EUR	>-5,7 %
Rohertrag	>80 Mio. EUR	75,4 Mio. EUR	>-5,8 %
EBIT	32 Mio. EUR	28,5 Mio. EUR	-11,0 %

Somit zeigt sich, dass das abgeschlossene Finanzierungsvolumen und davon abhängig auch die weiteren Kennzahlen niedriger als ursprünglich im Februar 2007 angenommen ausgefallen sind. Hauptursache dafür sind die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und Effekte aus der US-Kreditkrise, die sich auf der Nachfrageseite negativ für den Baufinanzierungsmarkt und damit auch für Interhyp ausgewirkt haben.

<b>Finanzkennzahl</b>	<b>Erwartetes Ergebnis (September 2007)</b>	<b>Erzieltes Ergebnis</b>	<b>Differenz in %</b>
Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen	5,7 Mrd. EUR	5,7 Mrd. EUR	–
Rohertrag	75 Mio. EUR	75,4 Mio. EUR	+0,5 %
EBIT	27 Mio. EUR	28,5 Mio. EUR	+5,5 %

*Die angepassten **finanziellen Ziele** haben wir erreicht.*

Die im September 2007 angepassten Wachstumsziele konnten jedoch auch in einem weiterhin sehr herausfordernden Marktumfeld erreicht bzw. leicht übertroffen werden: Das Finanzierungsvolumen stieg im Vorjahresvergleich um 29% auf 5,7 Mrd. EUR, der Rohertrag konnte um 25% auf 75,4 Mio. EUR gesteigert werden. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern stieg um 27% auf 28,5 Mio. EUR.

Unsere weitere Planung für die genannten Steuerungsgrößen finden Sie im Prognosebericht auf Seite 49.

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



**Ob Bester Baufinanzierer oder  
Testsieger im Online-Bereich:**

*Auch in den kommenden Jahren  
wollen wir Top-Ergebnisse erzielen.*

### **Nichtfinanzielle Ziele**

Das Geschäftsmodell, das auf kompetente Beratung abstellt, sowie das rapide Wachstum lassen den Bereich Ausbildung und Qualifizierung stark in den Mittelpunkt rücken. So stellt ein eigenes Ausbildungs- und Qualifizierungsteam sicher, dass neue Kolleginnen und Kollegen durch ein umfassendes Trainingsprogramm auf ihre Aufgaben in der Finanzierungsberatung vorbereitet werden und sich mit den Grundwerten von Interhyp identifizieren.

Der Ausbau von Interhyp zum Multikanalanbieter stellte mit der Eröffnung von neun weiteren Niederlassungen in 2007 eine Herausforderung für die Vertriebsmannschaft dar. Ein Ziel der Regionalisierungsstrategie war, die notwendigen neuen Mitarbeiter direkt in der Region für die Niederlassung zu rekrutieren. Dennoch mussten weitere Ressourcen in die Regionen verschoben werden: So sind in jeder Niederlassung auch erfahrene Finanzierungsberater, die bisher in München angesiedelt waren, sowie ein Niederlassungsleiter und Teamassistenten notwendig. Hier zeigte sich, dass unsere Unternehmenskultur imstande ist, die nötigen flexiblen Mitarbeiter zu binden, um mit Interhyp den Schritt der Regionalisierung so schnell und erfolgreich umsetzen zu können. Im Erhalt der Unternehmenskultur trotz raschem Mitarbeiterwachstum liegt ein weiteres wichtiges nichtfinanzielles Ziel von Interhyp.

In der Ausgabe 08/2007 des Wirtschaftsmagazins *€uro/Finanzen* wurde Interhyp außerdem in einem Vergleichstest von 17 namhaften Anbietern zum zweiten Mal in Folge zum „Besten Baufinanzierer“ gekürt:

*Interhyp ist wieder „Bester Baufinanzierer“ ...*

Interhyp erreichte mit noch größerem Abstand als im Vorjahr den ersten Platz in der Gesamtwertung. Der Test wurde von einem unabhängigen Analyseinstitut durchgeführt, das nicht nur Groß- und Filialbanken, sondern auch Direktbanken, spezialisierte Kreditvermittler und Finanzdienstleister auf den Prüfstand gestellt hat. Gegenstand der Untersuchung waren nicht nur die Konditionen für Sofortfinanzierungen und Forward-Darlehen, sondern im Rahmen von Testkäufen vor allem auch die Beratungs- und Servicequalität der einzelnen Anbieter. Interhyp erzielte durchgängig Bestnoten. Dass wir uns hier von anderen Anbietern im Markt abheben konnten, bestätigt uns in unseren Ansprüchen und Zielen hinsichtlich unserer Beratungs- und Servicequalität. Auch bei kommenden Vergleichstests betrachten wir es als unser Ziel, eine Top-3-Platzierung zu erreichen, um unserer herausgestellten Positionierung im Markt für private Baufinanzierung gerecht zu werden.

Die Zeitschrift *FINANZtest* der Finanzdienstleistungsspezialisten der Stiftung Warentest hat zudem die Qualität der Online-Angebote von Baufinanzierungsanbietern getestet. Wir sind auch aus diesem Vergleich als klarer Testsieger hervorgegangen und haben als einziges Unternehmen das Qualitätsurteil „SEHR GUT“ erhalten.

Untersucht und bewertet wurden von den unabhängigen Testern unter anderem Informationen zur Baufinanzierung und zum Kreditangebot, die Prozessschritte bis zum Angebot, die Nutzerführung der Seite und Angaben zur Erreichbarkeit der Anbieter. Wir freuen uns, dass Interhyp in diesem Test der „mit Abstand beste Internetauftritt“ bescheinigt wurde.

*... und hat den „mit Abstand besten Internetauftritt.“*

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

## 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 uns mit der seit 2005 eingeschlagenen Regionalisierungsstrategie mit nunmehr 17 Standorten in Deutschland zu einem kompletten Multikanalanbieter entwickelt. Eine immer tiefere Durchdringung breiterer Kundenschichten und die Erhöhung von Abschlusswahrscheinlichkeiten nach einem persönlichen Gespräch mit dem Finanzierungsberater sind Kernbestandteile der Regionalisierungsüberlegungen. 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. Mit Abschluss der zweiten Phase im Oktober 2007 sind wir insgesamt an 17 Standorten in Deutschland vor Ort erreichbar. Diese neuen Standorte in Ballungsgebieten mit rund 500.000 Einwohnern sind in der Startphase personell etwas kleiner dimensioniert, können von den Büroflächen und der Ausstattung her aber parallel zur Steigerung der lokalen Marktanteile auf Zielgrößen von rund 10 Finanzierungsberatern anwachsen und damit noch produktiver werden. Das ist das vorrangige Ziel für die neuen Standorte in 2008.



Interhyp ist seit Oktober 2007 an 17 Standorten vor Ort erreichbar.

Die Entscheidung für die konsequente Fortführung der Regionalisierung liegt in den positiven Erfahrungen begründet, 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 den Kunden, die die Option auf einen Vor-Ort-Termin in der Interhyp-Niederlassung genutzt haben
- stärkere regionale Weiterempfehlungsketten
- eine erhöhte Marketingeffizienz durch geringere Streuverluste

Die nebenstehende Tabelle gibt einen Überblick über die Standorte unserer Niederlassungen.

### Die Interhyp-Niederlassungen

Stadt	Eröffnung	Adresse	Telefon
München	Juli 2005	Marcel-Breuer-Str. 18 80807 München	089 - 20 30 72 000
Frankfurt	Juli 2005	Baseler Straße 10 60329 Frankfurt/Main	069 - 24 75 5 100
Hamburg	Juli 2005	Stadthausbrücke 1–3 20355 Hamburg	040 - 22 63 1 100
Köln	November 2005	Im Mediapark 4e 50670 Köln	0221 - 29 20 8 100
Berlin	April 2006	Leipziger Str. 121 10117 Berlin	030 - 20 00 41 100
Stuttgart	Juni 2006	Heilbronner Str. 156 70191 Stuttgart	0711 - 25 25 6 100
Düsseldorf	September 2006	Hans-Böckler-Str. 1 40476 Düsseldorf	0211 - 54 25 1 100
Nürnberg	Dezember 2006	Theresienstraße 9 90403 Nürnberg	0911 - 47 75 22 100
Mannheim	März 2007	Dynamostraße 17 68165 Mannheim	0621 - 49 07 05 100
Wiesbaden	April 2007	Schiersteiner Str. 86 65187 Wiesbaden	0611 - 95 01 69 100
Hannover	April 2007	Aegidientorplatz 2b 30159 Hannover	0511 - 47 53 96 100
Leipzig	Juni 2007	Brühl 67 04109 Leipzig	0341 - 98 97 48 100
Bremen	Juni 2007	Lloydstraße 4–6 28217 Bremen	0421 - 98 98 52 100
Dortmund	Juli 2007	Rheinlanddamm 199 44139 Dortmund	0231 - 53 38 33 100
Karlsruhe	September 2007	Stephanienstraße 57 76133 Karlsruhe	0721 - 92 13 37 100
Essen	Oktober 2007	Huyssenallee 78–80 45128 Essen	0201 - 82 13 46 100
Bielefeld	Oktober 2007	Walther-Rathenau-Str. 35 33602 Bielefeld	0521 - 97 79 54 100

Eine weitere organisatorische Veränderung fand im Privatkundengeschäft im Berichtszeitraum statt. Um auch organisatorisch die Spezialisierung von Interhyp als Baufinanzierungsanbieter konsequent umzusetzen, wurde die Vermögensverwaltungstochter Haselsteiner & Wolsdorf GmbH an eine private Investorengruppe verkauft:

Die im Oktober 2007 veräußerte Haselsteiner & Wolsdorf GmbH war als Vermögensverwalter unter §32 des Gesetzes über das Kreditwesen bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) registriert und betreute gehobene Privatkunden im Rahmen von Verwaltungsmandaten in allen Fragen der Anlage- und Vorsorgestrategie. Dabei setzte H&W schwerpunktmäßig Investmentfonds der weltweit führenden Asset Manager ein. Das Unternehmen wurde 1996 von den Interhyp-Vorständen Robert Haselsteiner und Marcus Wolsdorf gegründet und im Jahr 2003 zu 100% erworben. Der Verkauf des Unternehmens an neue Eigentümer fand statt, um die Fokussierung von Interhyp auf die Baufinanzierung auch organisatorisch konsequent umzusetzen. Die ehemalige Haselsteiner & Wolsdorf GmbH firmiert seit 1. Januar 2008 unter Novethos GmbH.

*Auch organisatorisch besteht ein starker Fokus auf die **Spezialisierung in der Baufinanzierung.***

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

**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 Baufinanzierungslösungen 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 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 eHyp-System und einer direkten Einreichmöglichkeit bei Banken zur Seite.

Zum anderen haben wir uns mit der konsequenten Gewinnung weiterer institutioneller Kooperationspartner für eine Zusammenarbeit mit Prohyp weiter in das für uns noch relativ neue Teilssegment bewegt. Hier bieten wir ein komplettes Baufinanzierungspaket als Outsourcinglösung an, das von der Website-Integration bis hin zur ausgelagerten Kundenberatung reichen kann. Dementsprechend hatten wir schon in 2006 die technologische Leistungsfähigkeit angepasst, und in 2007 haben wir die Organisationsstruktur bei Prohyp an die breitere Dienstleistungspalette angeglichen:

*Prohyp konnte weitere wichtige institutionelle Kooperationspartner gewinnen.*

Konkret haben wir im Februar 2007 ein gesondertes Team für die Gewinnung und die Betreuung institutioneller Kooperationspartner gegründet. In 2007 konnten so zahlreiche neue Kooperationen geschlossen werden, unter anderem mit Finanzdienstleistungsunternehmen wie MLP, CosmosDirekt und der comdirect bank. Das Team für die Betreuung lokaler Baufinanzierungsspezialisten und unabhängiger Finanzberater wurde zudem im Laufe des Jahres in sechs Regionen in Deutschland (Nord, West, Mitte, Ost, Südwest, Südost) vor Ort angesiedelt, da wir für dieses Vermittlersegment in regionaler Nähe zu unseren Partnern hohe Wachstumschancen sehen.

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

Ziele der strategischen Ausrichtung im anderen Teilssegment, 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 in der Baufinanzierung für unabhängige Anbieter positioniert. Der Markenauftritt basiert auf einer Anzeigenkampagne 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 eine Baufinanzierung abgeschlossen haben) konnte 2007 um 27% auf 3.065 Partner gesteigert werden.

<b>Anzahl aktive Prohyp-Partner</b>	
2005	1.325
2006	2.418
<b>2007</b>	<b>3.065</b>

### **Strategische Beteiligungen**

Am 23. Juli 2007 haben wir die Meldung veröffentlicht, dass Interhyp zusammen mit dem Finanzdienstleister MLP ein Unternehmen gründet. Über das „MLP Hyp“ benannte Unternehmen bekommen MLP-Berater Zugriff auf die eHyp-Produkt- und -Systemplattform für Baufinanzierungen und werden gezielt in Baufinanzierungsfragen unterstützt. In Zukunft wird MLP sein Baufinanzierungsgeschäft über die neue Gesellschaft abwickeln. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Schwetzingen und hat die Geschäftstätigkeit am 5. November aufgenommen. Die Interhyp hält 50,2% der Anteile an der MLP Hyp GmbH, MLP die restlichen 49,8%. Die operative Führung liegt bei der Interhyp AG, welche auch die Geschäftsführer stellt.

Die MLP Finanzdienstleistungen AG hat im Jahr 2006 private Baufinanzierungen in Höhe von rund 900 Mio. EUR vermittelt. Gemeinsames Ziel für 2008 ist es, das Neugeschäft von MLP schrittweise über MLP Hyp abzuwickeln. Da das Unternehmen auf bestehendes Neugeschäft aufsetzt und aufgrund der komplementären Beiträge der beiden Partner nur mit geringen Investitionen verbunden ist, soll es schon in 2008 einen positiven Ergebnisbeitrag liefern.

*Die neue MLP Hyp soll künftig das **gesamte Baufinanzierungsvolumen von MLP** abwickeln.*

Im 2. Quartal 2007 ist Interhyp zudem eine langfristige Marketingkooperation mit der iMakler GmbH eingegangen und hat diese Kooperation mit einer Minderheitsbeteiligung in Höhe von 25,2% unterlegt. Die Dienstleistung des Unternehmens setzt auf innovative Wege in der Immobilienvermarktung mittels eines Festpreisangebots. Für uns ergeben sich durch die Zusammenarbeit, die Interhyp als exklusiven Finanzierungspartner präsentiert, nachhaltige Interessenten- und Kundengewinnungsmöglichkeiten.

### **Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten**

Die Aktivitäten im Software Development im Jahr 2007 zielten auf die Erweiterung der Softwareplattform eHyp um allgemeine, für beide Geschäftssegmente verfügbare Funktionen. Neuerungen wurden aber auch für das Privatkundengeschäft eingeführt, ebenso im Vermittlergeschäft, für das im Berichtszeitraum die meisten Softwareprojekte durchgeführt wurden. Zusätzlich wurde die Anbindung institutioneller Kooperationspartner wie MLP, CosmosDirekt und comdirect an die eHyp-Plattform vorbereitet bzw. durchgeführt.

Schwerpunkte der segmentübergreifenden Aktivitäten lagen auf Themen wie der Erweiterung des Workflow-Portals für Bankpartner, der Integration von Kombinationsmöglichkeiten mit Nachrangdarlehen in den Zinsvergleich sowie neuen Reporting-Anwendungen.

*Unsere **eHyp Plattform** hat neue Funktionen bekommen.*

Für das Privatkundengeschäft wurden zahlreiche prozessuale Verbesserungen und Erweiterungen vorgenommen, die effizient fließende und gut strukturierte Arbeitsabläufe unterstützen und sowohl unsere Vertriebssteams als auch interne vertriebsnahe Abteilungen schlagkräftiger machen.

Im Vermittlergeschäft wurden Erweiterungen vor allem im Hinblick auf die systemseitige Unterstützung von professionellen Baufinanzierungsvermittlern und institutionellen Kooperationen implementiert. Zusätzlich wurden die Möglichkeiten im eHyp-Zinscheck für Vermittler um die Einbindung von Förderdarlehen erweitert und eine systematische Vermittlerbefragung samt Auswertungsmöglichkeiten in die Software integriert.

Die Aufwendungen für Forschung betragen im Berichtszeitraum 1,3 Mio. EUR gegenüber 1,2 Mio. EUR in 2006. Damit beträgt die F&E-Quote 1,8% des Rohertrages.

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

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

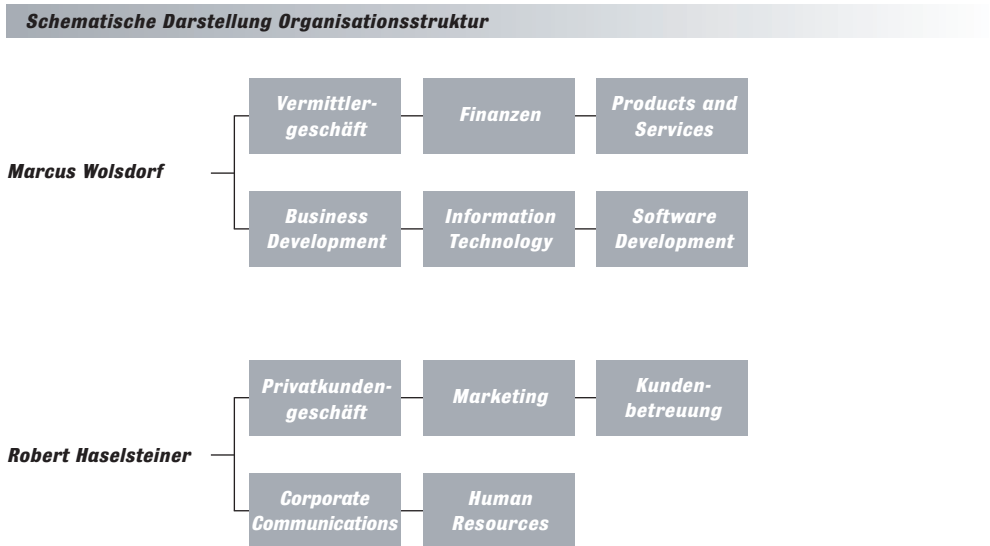
Zur Erreichung der Ziele unserer Entwicklungsaktivitäten, die am Standort München angesiedelt sind, war kein Einkauf externen Knowhows notwendig, jedoch wurde unser Software Development Team um drei Mitarbeiter erweitert.

Auch die Ressourcen im Produktmanagement, die sicherstellen sollen, dass die Scoringssysteme, die Kriterien für die Kreditentscheidung und Preisfindung sowie Bewertungsmethoden der einzelnen Banken im System ideal abgebildet sind, 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.

**Die Gründer** führen das Unternehmen als gleichberechtigte Vorstände.



### Vergütungssystem

Der Vorstand erhält eine Vergütung, die sich aus fixen und variablen Bestandteilen zusammensetzt. Details finden sich im Vergütungsbericht auf Seite 105 im Corporate Governance Bericht.

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 Vermittlergeschäft 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.

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.

Tätigkeiten in anderen Bereichen von Interhyp werden über ein Grundgehalt und einen jährlichen variablen Leistungsbonus abgegolten, der je nach Zielerreichung bei qualitativen und wo sinnvoll auch quantitativen Zielen, die in individuellen Zielvereinbarungsgesprächen festgelegt werden, gewährt werden kann.

### **Anreizprogramme**

Im Berichtszeitraum wurden die Möglichkeiten zum Erwerb von Aktienoptionen für ausgewählte Mitarbeiter und Führungskräfte geschaffen. Im Folgenden finden Sie die Darstellung des Aktienoptionsprogramms bei Interhyp.

### **Aktienoptionsprogramm**

Im Zuge des Börsengangs im September 2005 ist ein Aktienoptionsprogramm ins Leben gerufen worden, welches Mitarbeitern und Mitgliedern des Managements Anreize zur langfristigen Bindung an das Unternehmen schaffen soll. Zum Börsengang der Interhyp AG im September 2005 wurde Mitarbeitern und Mitgliedern des Managements daher der Erwerb von bis zu 85.000 Aktienoptionen angeboten. Ein weiteres Angebot zum Erwerb von bis zu 28.500 Aktienoptionen wurde im Dezember 2007 gemacht. Im Geschäftsjahr 2007 wurden 2.900 Aktienoptionen ausgeübt.

Für die Ausgabe der insgesamt 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.

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

### Angaben gemäß §315 a HGB

<b>Beteiligungen an der Gesellschaft von über 10 %</b>				
	<b>Stammaktien per 31.12.2007</b>	<b>Anteil am gezeichneten Kapital</b>	<b>Stammaktien per 31.12.2006</b>	<b>Anteil am gezeichneten Kapital</b>
Robert Haselsteiner	<b>1.048.800</b>	16,13%	1.048.800	16,14%
Marcus Wolsdorf	<b>1.048.800</b>	16,13%	1.048.800	16,14%
Capital Research and Management Co.	<b>673.329*</b>	10,36%*	372.903**	5,74%**
Übrige Aktionäre	<b>3.730.321</b>	57,38%	4.027.847	61,98%
<b>Gesamt</b>	<b>6.501.250</b>	<b>100,00 %</b>	<b>6.498.350</b>	<b>100,00 %</b>

\* Stand der Beteiligung gemäß Stimmrechtsmitteilung per 1. November 2007

\*\* Stand der Beteiligung gemäß Stimmrechtsmitteilung per 10. Oktober 2006

#### **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**

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/II dient der Durchführung eines Management- und Mitarbeiterbeteiligungsprogramms. Durch die Ausübung von Aktienoptionen hat sich das bedingte Kapital um 2.900 EUR auf 169.737 EUR per Ende 2007 reduziert.

### **Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien**

In der ordentlichen Hauptversammlung vom 1. Juni 2007 wurde beschlossen, die Gesellschaft zum Erwerb eigener Aktien zu ermächtigen. Die Gesellschaft ist demnach ermächtigt, bis zum 1. Dezember 2008 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.

*Interhyp kann bis zu 10 Prozent des Grundkapitals an **eigenen Aktien zurückkaufen.***

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

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

Im Juni 2007 hat der EuGH ein Urteil zur Frage der Steuerfreiheit von Umsätzen aus der Untervermittlung von Krediten erlassen. Daraufhin hat das Bundesfinanzministerium ein Schreiben veröffentlicht, wonach sog. Untervermittlungsleistungen bei Kreditvermittlungen unter bestimmten Voraussetzungen ebenfalls steuerfrei sein können. Das EuGH-Urteil und das Schreiben des Bundesfinanzministeriums haben eine unmittelbare Auswirkung auf die Tätigkeit der Prohyp GmbH, die ausschließlich im Vermittlergeschäft tätig ist.

Im November 2007 hat der Gesetzgeber die europäische Richtlinie über Versicherungsvermittlung durch eine Änderung des Versicherungsvertragsgesetzes (VVG) und der Gewerbeordnung (GewO) umgesetzt. Die Gesetze enthalten nunmehr besondere Regelungen über Mitteilungs-, Beratungs- und Dokumentationspflichten des Versicherungsvermittlers sowie eine besondere Registrierungspflicht. Die Gesetzesänderung hat nur mittelbare Auswirkungen auf die Geschäftstätigkeit der Interhyp und ihrer Tochtergesellschaften, da Versicherungen lediglich als Zusatzleistung im Zusammenhang mit Darlehensverträgen vermittelt werden.

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

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

## **Überblick Geschäftsverlauf**

*Interhyp konnte den **Marktanteil** wieder deutlich steigern.*

Der Geschäftsverlauf von Interhyp war sowohl im Privatkunden- als auch im Vermittlergeschäft von Wachstum durch Marktanteilsgewinne am Vertrieb von privaten Baufinanzierungen in Deutschland bestimmt. Unser Neugeschäftsmarktanteil konnte von 2,85% per Ende 2006 im Jahresverlauf auf 3,53% im vierten Quartal deutlich gesteigert werden.

Die Anfang 2007 für das Gesamtjahr veröffentlichte Erwartung eines Finanzierungsvolumens von über 6 Mrd. EUR hat sich in einem von Verunsicherung der privaten Konsumenten beeinträchtigten Transaktionsmarkt jedoch nicht erfüllt. Dies wurde im September 2007 sichtbar und hat zur Senkung unserer Erwartung für das Finanzierungsvolumen auf rund 5,7 Mrd. EUR geführt.

Diese durch die schwierigen Marktbedingungen notwendig gewordene Anpassung hat auch zu einer deutlichen Abwärtsbewegung beim Aktienkurs geführt, wie auf Seite 10 in diesem Bericht aufgeführt.

Im Zuge der Volumen Anpassung mussten wir unsere ursprünglichen Jahresziele für Umsatz und Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) ebenfalls anpassen.

So belief sich der Umsatz nach Vermittlungsprovisionen an Dritte (Rohertrag) auf 75,4 Mio. EUR und lag damit unter dem ursprünglich geäußerten Zielwert von mehr als 80 Mio. EUR. Auch das Ergebnis vor Zinsen und Steuern lag beeinträchtigt durch ein schwächeres drittes Quartal unter der ursprünglichen Schätzung von 32 Mio. EUR, es lag aber mit 28,5 Mio. EUR um 5,5% über dem revidierten Zielwert von 27 Mio. EUR.

*Interhyp bietet starkes Wachstum bei gleichzeitig hoher Profitabilität.*

Trotz des schwierigen Marktumfelds ist es uns gelungen, mit einer auf den Rohertrag bezogenen EBIT-Marge von 37,8% das hohe Profitabilitätsniveau des Vorjahrs (37,3%) zu halten. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund des schwachen dritten Quartals bemerkenswert. Denn durch unsere Entscheidung, in einer Marktschwächephase strategisch wichtige Investitionen in Marketing und Personal nicht zurückzufahren, hatten wichtige Kostenfaktoren im dritten Quartal negativ skaliert und einen Rückgang der EBIT-Marge auf 30,0% verursacht.

Im Gesamtjahresvergleich hat dies beispielsweise bewirkt, dass wir den Marketingaufwand mit 10,7% der Roherträge nur am oberen Ende des seit Anfang 2006 angekündigten Niveaus von rund 10% des Rohertrags fixieren konnten. Eine weitere erwähnenswerte Kostenposition, die „Büro- und Administrationskosten“ sind ebenfalls prozentual leicht von 6,2% im Vorjahr auf 6,6% in 2007 angestiegen. Dies spiegelt die laufenden Investitionen in neun neue Niederlassungsstandorte wider. Diese neun neuen regionalen Niederlassungen sind von den Räumlichkeiten her auf weiteres Mitarbeiterwachstum ausgelegt und bedingen somit momentan noch überproportionale Miet- und Raumkosten im Vergleich zu voll ausgebildeten Teamstrukturen in der Reifephase.

## **Gesamtaussage zum Geschäftsverlauf**

Insgesamt haben wir uns in einem für private Baufinanzierungen schwierigen Jahr 2007 sehr erfolgreich gegen den rückläufigen Markt gestemmt und starkes Wachstum aus Marktanteilsgewinnen zeigen können. Damit gehen wir aus dem Jahr 2007 gestärkt als klarer Marktführer unter den unabhängigen Baufinanzierungsvermittlern hervor. Wir freuen uns, Interhyp als sehr profitables und stark wachsendes Unternehmen präsentieren zu können, das im Berichtszeitraum einen Jahresüberschuss von 18,1 Mio. EUR erwirtschaftet hat. Das entspricht einer Steigerung um 32% gegenüber dem Vorjahr (13,7 Mio. EUR).

## Ertragslage

### Umsatzentwicklung

Die Umsatzerlöse konnten wir im Jahr 2007 auf 88,6 Mio. EUR steigern. Im Vergleich zum Vorjahr (70,6 Mio. EUR) ist das eine Steigerung um 25%. Dieses Umsatzwachstum wurde ausschließlich organisch und im Inland erzielt, Akquisitionen fanden nicht statt.

Der **Umsatz** konnte um 25 Prozent gesteigert werden.

Der Rohertrag, die für unsere Geschäftstätigkeit noch relevantere Schlüsselgröße, ergibt sich aus den Umsatzerlösen, von denen Aufwendungen für Provisionszahlungen an Vermittler abgezogen werden. Für das vergangene Jahr erzielten wir einen Rohertrag von 75,4 Mio. EUR und damit um 25% mehr gegenüber dem Vorjahr (60,1 Mio. EUR).

#### Roherträge in Mio. EUR

2005	39,4
2006	60,1
<b>2007</b>	<b>75,4</b>

Grundlage für diese Umsatzentwicklung ist ein Zuwachs beim vermittelten Finanzierungsvolumen von 29%, das auf 5,658 Mrd. EUR gesteigert werden konnte. Im Vorjahr lag es noch bei 4,403 Mrd. EUR. In 2007 konnten wir 38.645 Baufinanzierungen erfolgreich vermitteln (Vorjahr: 28.072 Baufinanzierungen), ein Plus von sogar 38%. Daran zeigt sich, dass die Durchschnittsgröße jeder einzelnen Finanzierung weiter rückläufig war und 2007 rund 146 TEUR betrug. Das ist ein erneuter Rückgang um 6,6% gegenüber dem Durchschnittsvolumen von 157 TEUR in 2006, welches schon 5,2% unter dem Durchschnitt für 2005 von 165 TEUR lag. Diese Entwicklung ist auf einen erhöhten Anteil an Anschlussfinanzierungen zurückzuführen, die durch die schon geleisteten Tilgungen per definitionem geringere Darlehenssummen bedingen als das Neugeschäft. Auch der Anteil der volumenstarken Neubaufinanzierungen war 2007 aufgrund des drastischen Rückgangs der Neubauaktivität im Markt rückläufig. Außerdem wurde im Laufe des Jahres 2007 die Mindestdarlehensgrenze schrittweise von 50.000 EUR auf 25.000 EUR gesenkt. Wir erwarten für 2008 eine Stabilisierung der Durchschnittsvolumina, sofern nicht der Anteil der Anschlussfinanzierungen überproportional ansteigt.

Wir konnten **38 Prozent mehr Baufinanzierungen** vermitteln als im Vorjahr.

#### Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen in Mrd. EUR

2005	3,022
2006	4,403
<b>2007</b>	<b>5,658</b>

Im Vermittlergeschäft war sowohl die um 27% auf 3.065 gestiegene Zahl der aktiven Partner (Vorjahr: 2.418 aktive Partner) die Triebfeder hinter dem Volumenanstieg als auch der Beitrag institutioneller Kooperationen, die im Laufe des Jahres neu hinzugekommen sind bzw. schon seit dem Jahr 2006 aktiv sind.

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

## Ergebnisentwicklung

### Rohrertragsmarge

Im vergangenen Jahr erreichte Interhyp eine Rohrertragsmarge von 1,30% im Verhältnis zum abgeschlossenen Finanzierungsvolumen. Im Vorjahr lag die Marge auf ähnlichem Niveau bei 1,33%. Dass sich die Marge weiterhin auf diesem erfreulichen Niveau bewegt, bestätigt den Wert unserer Vertriebsleistung für unsere Bankpartner und die gute Positionierung von Interhyp im Wettbewerbsumfeld. Der leichte Rückgang ist auf den gestiegenen Anteil des Vermittlergeschäfts zurückzuführen, das systematisch eine geringere Rohrertragsmarge aufweist.

Ergebnis vor Zinsen und Steuern EBIT in Mio. EUR	
2005	12,9
2006	22,4
<b>2007</b>	<b>28,5</b>

Das **EBIT** legte um rund 27 Prozent zu.

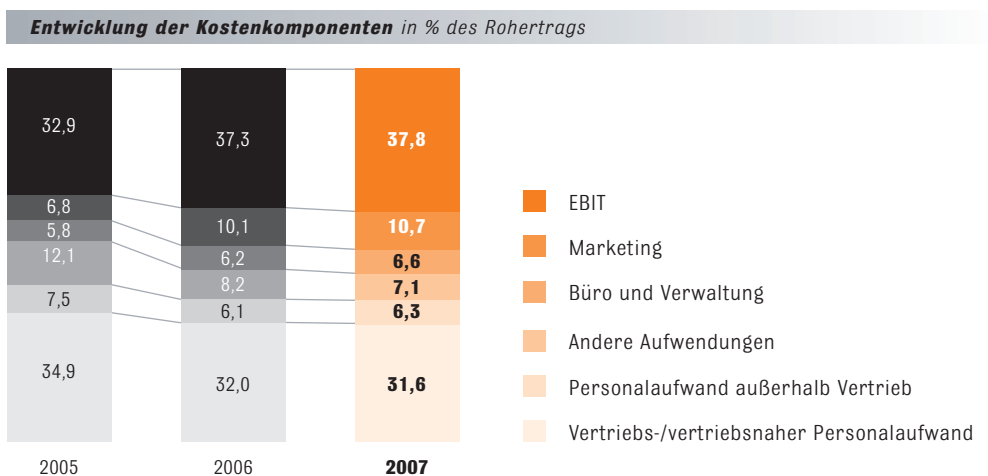
Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) hat sich gegenüber 2006 (22,4 Mio. EUR) um 27% erhöht und liegt im Berichtszeitraum bei 28,5 Mio. EUR.

### Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge in Höhe von 951 TEUR beinhalten die Erträge aus dem Verkauf der Vermögensverwaltungstochter Haselsteiner & Wolsdorf GmbH.

### Kostenbild

Identische Steigerungsraten von Umsatz und EBIT bedeuten ein im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändertes Kostenbild. Denn im Jahr 2007 haben sich die Skalierungseffekte aus der wachsenden Größe des Unternehmens mit dem negativen Einfluss der geringer als erwartet ausfallenden Kundennachfrage die Waage gehalten. Das zeigt auch 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 Sie im Abschnitt „Überblick Geschäftsverlauf“ auf Seite 34.

#### **EBIT-Marge, bezogen auf den Rohertrag, in %**

2005	32,9
2006	37,3
<b>2007</b>	<b>37,8</b>

#### **EBIT-Marge**

Die auf den Rohertrag bezogene EBIT-Marge lag in der Berichtsperiode bei 37,8% und liegt damit leicht über dem Vorjahresniveau von 37,3%. Damit hat die EBIT-Marge als Messgröße für unsere Profitabilität die Anfang 2006 kommunizierte Zielregion von rund 35% nicht nur erreicht, sondern konnte sich auch in einem schwächeren Marktumfeld oberhalb dieser Zielgröße etablieren. Dies gelang trotz der Eröffnung neun weiterer neuer Niederlassungen und eines weiterhin bei rund 10% des Rohertrags festgesetzten Marketingbudgets.

#### **Anteile am Ergebnis von assoziierten Unternehmen**

In der Position „Anteil am Ergebnis von assoziierten Unternehmen“ wird das Ergebnis der Beteiligung an der iMakler GmbH ausgewiesen.

#### **Zinsergebnis**

Das Zinsergebnis betrug in 2007 1,9 Mio. EUR gegenüber dem Ergebnis von 1,0 Mio. EUR im Vorjahreszeitraum. Diese Steigerung ergibt sich im Wesentlichen durch Zinseinkünfte aus der Anlage liquider Mittel in Festgeldern.

Das Ergebnis vor Steuern (EBT) stieg gegenüber dem Vorjahr von 23,5 Mio. EUR um 29% auf 30,2 Mio. EUR an.

#### **Konzernergebnis**

Ein Konzernergebnis nach Minderheitsanteilen von 18,1 Mio. EUR demonstriert abermals die Ertragsstärke unseres Geschäftsmodells bei gleichzeitig starkem Umsatzwachstum. Es stieg im Vergleich zum Vorjahr (13,7 Mio. EUR) um 32%. Darin enthalten ist der Ergebnisanteil der MLP Finanzdienstleistungen AG an der MLP Hyp GmbH in Höhe von 65 TEUR. Das Konzernergebnis vor Minderheitsanteilen liegt entsprechend bei 18,0 Mio. EUR.

*Das Konzernergebnis wuchs um 32 Prozent.*

#### **Ertragssteuern**

Im Berichtszeitraum 2007 kam eine Steuerquote von 40,3% zum Tragen, der Steueraufwand betrug 12,2 Mio. EUR.

#### **Ergebnis pro Aktie**

Basierend auf der durchschnittlichen Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien von 6.499.097 Stück wurde ein Gewinn pro Aktie von 2,78 EUR erwirtschaftet. In 2006 lag der Gewinn pro Aktie noch bei 2,11 EUR bezogen auf 6.498.350 Aktien.

#### **Vorschlag zur Gewinnverwendung**

Da unser Geschäftsmodell einen deutlich positiven Cashflow erzielt und der Vorstand derzeit kein Wachstum durch Akquisitionen plant, werden der Vorstand und Aufsichtsrat der Hauptversammlung am 4. Juni 2008 eine Dividendenzahlung von 4,10 EUR pro Aktie vorschlagen. Diese Dividende wird sich aus einer regulären Dividende von 2,10 EUR pro Aktie und einer zusätzlichen einmaligen Ausschüttung in Höhe von 2,00 EUR pro Aktie zusammensetzen. Damit werden wir wie schon für 2006 auch für das Geschäftsjahr 2007 75% des erzielten Jahresüberschusses der Interhyp AG und damit 13,7 Mio. EUR als reguläre Dividende ausschütten. Als Maßnahme zur Optimierung der Kapitalstruktur sollen 2,00 EUR pro Aktie, also 13,0 Mio. EUR, die aus dem Jahresüberschuss der Interhyp AG, aus angesammelten Gewinnen und aus der Kapitalrücklage stammen, an die Aktionäre ausgeschüttet werden. Dividendenberechtigt sind alle ausgegebenen Aktien der Interhyp AG.

*Für das Geschäftsjahr 2007 werden **4,10 Euro Dividende** vorgeschlagen.*

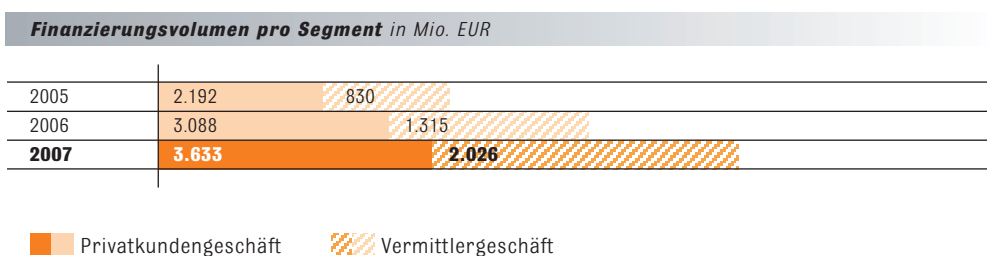
#### **Bilanzpolitik**

Die Konzernbilanz wird nach den International Financial Reporting Standards aufgestellt, wie sie in der EU anzuwenden sind. In diesem Rahmen zielt die Bilanzpolitik darauf ab, den Adressaten entscheidungsnützliche Informationen zu vermitteln.

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

### Entwicklung der Segmente

Beide Geschäftssegmente im Kerngeschäft 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.



#### Privatkundengeschäft

Im Privatkundengeschäft unter der Marke Interhyp wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ein um 18% höheres Finanzierungsvolumen von 3,633 Mrd. EUR (2006: 3,088 Mrd. EUR) platziert.

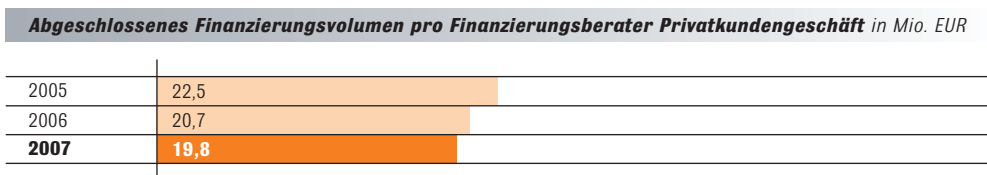
Der im Privatkundengeschäft erzielte Rohertrag belief sich für den Berichtszeitraum auf 54,9 Mio. EUR. Das ist ein Plus von 22% gegenüber den 45,1 Mio. EUR aus dem Vorjahr.

Bezogen auf den erzielten Rohertrag entfielen dadurch im abgelaufenen Geschäftsjahr 72,9% des Geschäfts (2006: 75,1%) auf das Privatkundengeschäft.

Weitere Angaben zu den Segmenten finden Sie im Kapitel V im Anhang zum Konzernabschluss auf Seite 94 dieses Berichts.

Betrachtet man die wichtigsten operativen Kennzahlen für das Privatkundengeschäft, so ergibt sich ein Bild unveränderter bis etwas geringerer Pro-Kopf-Produktivitäten. Das erfolgreich vermittelte Finanzierungsvolumen je Finanzierungsberater im Privatkundengeschäft hat um 4% auf 19,8 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahreswert von 20,7 Mio. EUR etwas abgenommen, was auf eine durch das schwache Marktumfeld begründete Unterauslastung der Kapazitäten zurückzuführen ist. Die Roherträge pro Kopf sind gegenüber dem Vorjahr mit 293 TEUR stabil. Vor dem Hintergrund der Schwäche auf dem deutschen Transaktionsmarkt ist es umso erfreulicher, dass wir in diesem Umfeld unsere Rohertragsmarge im Privatkundengeschäft von 1,42% im Vorjahr auf 1,48% weiter steigern konnten. Diese Steigerung resultiert aus einer starken Einkaufsposition und der guten Stellung von Interhyp im Wettbewerbsumfeld.

Die **Rohertragsmarge** ist weiter gestiegen.



#### Erzielter Rohertrag pro Finanzierungsberater Privatkundengeschäft in TEUR

2005	299
2006	293
<b>2007</b>	<b>293</b>

#### Rohertragsmarge Privatkundengeschäft in %

2005	1,33
2006	1,42
<b>2007</b>	<b>1,48</b>

#### Vermittlergeschäft

Im Vermittlergeschäft konnte beim abgeschlossenen Finanzierungsvolumen mit 2,026 Mrd. EUR (2006: 1,315 Mrd. EUR) eine noch stärkere Steigerung um 54% erreicht werden und erstmals Finanzierungen im Wert von über 2 Mrd. EUR vermittelt werden.

Das 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 konnten institutionelle Partnerschaften, die schon in 2006 aktiv waren oder auch in 2007 neu hinzukamen, einen wichtigen Beitrag zu dieser Steigerung leisten.

Der Rohertrag des Vermittlersegments betrug 20,5 Mio. EUR (+37% 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 24,9% auf 27,1%.

Weitere Kennzahlen zu den Segmenten finden sich im Anhang auf Seite 94 dieses Berichts.

Im Vermittlergeschäft konnten im Gegensatz zum Privatkundengeschäft die Produktivitäten gesteigert werden. Aufgrund der zusätzlich gewonnenen Vertriebsmöglichkeiten über eine höhere Anzahl von aktiven Partnern und institutionellen Kooperationen lag das vermittelte Finanzierungsvolumen mit 35,5 Mio. EUR um 22% über dem Vorjahreswert von 29,2 Mio. EUR pro Berater. Die Roherträge pro Finanzierungsberater stiegen um 6% von 330 TEUR in 2006 auf 350 TEUR im Berichtszeitraum. Diese Veränderung ist in Verbindung mit dem gesteigerten Finanzierungsvolumen und einer etwas geringeren Rohertragsmarge zu sehen, die die Steigerung der Roherträge pro Kopf niedriger als die Steigerung des Finanzierungsvolumens ausfallen lässt. Denn im Vermittlergeschäft ging die Rohertragsmarge gegenüber dem Vorjahresniveau von 1,14% auf 0,98% zurück. Das ist auf den gestiegenen Geschäftsanteil mit institutionellen Partnerschaften zurückzuführen.

Das Geschäft mit institutionellen Kunden ist aus der Ertragsperspektive (absoluter EBIT-Beitrag) ein sehr interessantes Geschäftsfeld aufgrund der höheren erzielbaren Produktivitäten. Daher ist ein Rückgang der Rohertragsmarge mit zunehmendem Anteil von institutionellen Partnern kein Ausdruck von geringer werdender Profitabilität des Vermittlergeschäfts.

*Im Vermittlergeschäft betrug das vermittelte Finanzierungsvolumen erstmals über 2 Mrd. Euro.*

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

Das **Finanzierungsvolumen pro Berater** lag bei über 35 Mio. Euro.

<b>Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen pro Finanzierungsberater Vermittlergeschäft in Mio. EUR</b>	
2005	31,7
2006	29,2
<b>2007</b>	<b>35,5</b>

<b>Erzielter Rohertrag pro Finanzierungsberater Vermittlergeschäft in TEUR</b>	
2005	355
2006	330
<b>2007</b>	<b>350</b>

<b>Rohertragsmarge Vermittlergeschäft in %</b>	
2005	1,07
2006	1,14
<b>2007</b>	<b>0,98</b>

Durch die ehemalige Vermögensverwaltungstochter Haselsteiner & Wolsdorf GmbH wurden bis Ende September 2007 Roherträge in Höhe von 0,9 Mio. EUR (Vorjahr gesamt: 1,3 Mio. EUR) erzielt.

## **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.

### **Finanzierungsstruktur**

Durch die aufgelaufenen operativen Gewinne hat sich unsere Eigenkapitalquote nochmals von 76,9% im Vorjahr auf 85,4% zum Jahresende 2007 erhöht.

Innerhalb des Fremdkapitals überwiegen weiterhin die kurzfristigen Verbindlichkeiten (93,3% des Fremdkapitals in 2007 gegenüber 94,9% im Vorjahr).

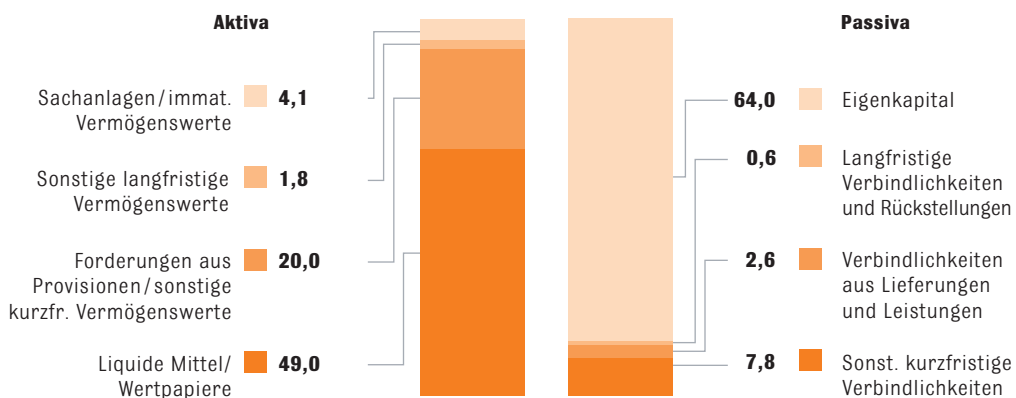
## Bilanz

Die Vermögenslage der Interhyp AG in 2007 war stark geprägt vom weiteren organischen Wachstum der Konzerngesellschaften. Durch die wachsende Geschäftstätigkeit erhöhte sich die Bilanzsumme von 70,8 Mio. EUR per Ende 2006 auf nunmehr 74,9 Mio. EUR.

Die **Bilanzsumme** ist weiter gewachsen.

Im Folgenden finden Sie eine Übersicht über die Bilanzstruktur, die Bilanz selbst im Abschnitt Konzernabschluss auf Seite 53 sowie die Erläuterungen im Anhang ab Seite 72.

**Interhyp-Bilanzstruktur** in Mio. EUR



### Aktiva

Der Anstieg der Sachanlagen um 37% von 2,5 Mio. EUR auf 3,4 Mio. EUR ist hauptsächlich auf die zusätzlichen Niederlassungen und die Einrichtung des Standorts Schwetzingen für die MLP Hyp GmbH zurückzuführen.

In den neu hinzugekommenen Anteilen an assoziierten Unternehmen in Höhe von 552 TEUR wird die Beteiligung der Interhyp AG an der iMakler GmbH bilanziert. Diese Position wird in Abschnitt III im Anhang zum Konzernabschluss auf Seite 76 näher erläutert.

Die erhöhten kurzfristigen Forderungen aus Provisionen (18,8 Mio. EUR gegenüber 17,2 Mio. EUR in 2006) resultieren aus der gestiegenen Geschäftstätigkeit im Berichtszeitraum. Die Forderungen bestehen gegenüber Banken, Versicherungen und Bausparkassen mit hoher Bonität.

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

Die größten Positionen hinter der Bilanzposition „Sonstige Vermögenswerte“ sind bei den Vermögenswerten langfristiger Natur Festgelder, die als Mietkautionen dienen, und bei den kurzfristigen sonstigen Vermögenswerten noch ausstehende, durchlaufende Provisionen an Prohyp-Partner.

Die aus der laufenden Geschäftstätigkeit erwirtschafteten Cashflows verstärkten den bereits in 2006 bestehenden sehr soliden Bestand an Zahlungsmitteln in 2007 weiter auf 49,0 Mio. EUR (im Vergleich zu 37,6 Mio. EUR Zahlungsmittel zuzüglich 11,0 Mio. EUR kurz laufender Wertpapiere per Ende 2006). Die seinerzeit gehaltenen Wertpapiere wurden bei Fälligkeit nicht wieder in Wertpapieren angelegt, so dass nun keine Wertpapierbestände mehr gehalten werden.

### **Passiva**

Das gezeichnete Kapital der Interhyp AG beträgt zum 31. Dezember 2007 6.501.250 EUR und ist somit durch Ausübung von Aktienoptionen um 2.900 EUR angestiegen. Nähere Informationen zum Aktienoptionsprogramm finden sich auf Seite 31. Das gezeichnete Kapital ist eingeteilt in 6.501.250 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von je 1,00 EUR.

### **Interhyp hat eine starke Eigenkapitalposition.**

Der weitere Anstieg des Eigenkapitals ist hauptsächlich auf den positiven Beitrag des Konzernergebnisses in Höhe von 18,0 Mio. EUR und die Ausschüttung der Dividende für das Geschäftsjahr 2006 in Höhe von 10,4 Mio. EUR sowie auf die Einzahlungen der MLP Finanzdienstleistungen AG für die Tochtergesellschaft MLP Hyp GmbH zurückzuführen.

Die Einzahlungen für die MLP Hyp GmbH werden unter der neuen Bilanzposition „Anteile anderer Gesellschafter“ mit 1,4 Mio. EUR geführt. In den sonstigen Rückstellungen befinden sich als größte Position die Rückstellungen für Rückbauverpflichtungen angemieteter Büroräume.

Kurzfristige Finanzschulden existierten zum Stichtag keine, die langfristigen Finanzschulden in Höhe von 800 EUR beziehen sich auf begebene Wandelschuldverschreibungen.

Der auf 0,5 Mio. EUR gesunkene Posten „Steuerschulden“ (2006: 5,5 Mio. EUR) resultiert vor allem aus gestiegenen Steuervorauszahlungen.

Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten bestehen hauptsächlich aus Bonuszahlungen an Mitarbeiter und aus Provisionsansprüchen von Vertriebsmitarbeitern und von Partnern im Vermittlungsgeschäft. Die Position stieg im Berichtszeitraum stichtagsbezogen von 6,7 Mio. EUR auf 7,1 Mio. EUR an.

Eine genaue Aufgliederung der sonstigen Verbindlichkeiten findet sich in Abschnitt III im Anhang zum Konzernabschluss auf Seite 84 in diesem Bericht.

Als sonstige finanzielle Verpflichtungen bestehen unter anderem Leasingverpflichtungen für die Büro- und Geschäftsausstattung in Höhe von 392 TEUR, wovon 155 TEUR innerhalb eines Jahres fällig sind. Es handelt sich dabei ausschließlich um Operating-Leasing-Verträge.

### **Cashflow**

Der Rückgang des Cashflows aus laufender Geschäftstätigkeit auf 10,1 Mio. EUR (gegenüber 15,6 Mio. EUR in 2006) liegt in erster Linie an der Steigerung der gezahlten Ertragssteuern. In 2006 wurden 4,6 Mio. EUR Ertragssteuern gezahlt, ein vergleichsweise niedriges Niveau, da niedrigere Vorauszahlungen zu leisten waren. Den gezahlten Ertragssteuern in 2007 in Höhe von 17,4 Mio. EUR liegt ein deutlicher Anstieg der Vorauszahlungen gegenüber dem Vorjahr zugrunde.

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit war mit 10,0 Mio. EUR in 2007 (gegenüber –11,6 Mio. EUR im Vorjahr) stark geprägt von der Fälligkeit von Wertpapieren (11 Mio. EUR), die nicht wieder angelegt wurden, sondern den Zahlungsmitteln zugeführt wurden.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit betrug in 2007 –8,8 Mio. EUR, hauptsächlich resultierend aus der Zahlung der Dividende für das Geschäftsjahr 2006 in Höhe von 10,4 Mio. EUR. Im Vorjahr hingegen war der Cashflow geprägt durch die Rückführung von Finanzschulden in Höhe von 357 TEUR.

Der freie Cashflow für 2007 beträgt 20,2 Mio. EUR gegenüber 4,0 Mio. EUR im Vorjahr. Im Vergleich sollten die Nettoinvestitionen in Wertpapiere in Höhe von 9,9 Mio. EUR in 2006 berücksichtigt werden sowie die Fälligkeit der Wertpapiere im Wert von 11,0 Mio. EUR im Berichtszeitraum.

Die Finanzmittelfonds betragen zum 31. Dezember 2007 49,0 Mio. EUR, während sie am Anfang des Berichtszeitraums noch bei 37,6 Mio. EUR lagen – auch hier spiegelt sich die Finanzierungstätigkeit wider, zum Jahresende gab es keinen Wertpapierbestand mehr.

### **Investitionen**

Der Cashflow aus Investitionstätigkeit beinhaltet zusätzlich zu den oben genannten Wertpapiertransaktionen auch den Erwerb von assoziierten Unternehmen – den Kauf eines 25,2%igen Anteils an der iMakler GmbH (706 TEUR) – und den Cashflow aus Veräußerung von Tochterunternehmen im Zusammenhang mit dem Verkauf der Haselsteiner & Wolsdorf GmbH (635 TEUR). Vor allem Investitionen in die Geschäftsausstattung der neuen Niederlassungen führten zu einem Anstieg der Investitionen in das Anlagevermögen von 2,5 Mio. EUR in 2006 auf 2,8 Mio. EUR im Berichtszeitraum.

*Die Investitionen stiegen auf 2,8 Mio. Euro an.*

### **Nicht bilanziertes Vermögen**

Interhyp erhält im Finanzierungsprozess detaillierte Informationen über die Einkommens- und Vermögenssituation ihrer Kunden, Angaben zum Finanzierungsobjekt und über die abgeschlossene Finanzierung. Die Nutzung dieser Kundenprofile sowie der Information 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 bei Abschluss einer Prolongationsvereinbarung (Darlehensverlängerung beim gleichen Kreditgeber) oder einer Anschlussfinanzierung Interhyp 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 bildet 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 Produktmanagement-Team, welches die Pflege und Weiterentwicklung der Kooperationen sowie die Neugewinnung von Finanzierungspartnern zur Aufgabe hat. Diese gesammelte langjährige Erfahrung und die vertrauensvolle Zusammenarbeit besitzen einen hohen Wert für den Erfolg des Unternehmens.

*Unsere langjährigen Beziehungen zu Kreditgebern sind wertvoll.*

Zudem hat Interhyp 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.

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

**Gesamtaussage zur wirtschaftlichen Lage**

Das Ergebnis für 2007 weist in allen wichtigen Ertragskennzahlen Wachstumsraten über 20% 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 noch höhere 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**

*Interhyp hat im Jahr 2007  
96 Arbeitsplätze geschaffen.*

Der Personalstamm wurde im Berichtszeitraum um 96 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf 473 Festangestellte ausgebaut und lag damit 25% über dem Stand per Ende 2006 (377 Mitarbeiter). Schwerpunkt der Einstellungen waren erneut Nachwuchskräfte und erfahrene Finanzierungsberaterinnen und -berater.

<b>Mitarbeiteranzahl zum Jahresende</b>	
2005	269
2006	377
<b>2007</b>	<b>473</b>

Der Personalaufwand belief sich im Berichtszeitraum auf 28,5 Mio. EUR. Das bedeutet eine Steigerung um 24% gegenüber dem Vorjahr (22,9 Mio. EUR).

<b>Übersicht Mitarbeiter nach Tätigkeit und Segmenten jeweils zum Jahresende</b>		
	<b>2007</b>	<b>2006</b>
Vertrieb und vertriebsnah*	383	301
davon Finanzierungsberater	268	214
- Privatkundengeschäft	193	163
- Vermittlergeschäft	75	51
Außerhalb Vertrieb	90	76
<b>Gesamtzahl der Mitarbeiter</b>	<b>473</b>	<b>377</b>

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

**Innovationen**

*Interhyp ist Ideengeber  
im Innovationsprozess.*

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 Produktmanagement-Team 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 Vertriebs Einführung. Entwicklungen, welche die Produktvielfalt bei Interhyp vergrößern und entsprechendes

Absatzpotenzial besitzen, werden evaluiert, in die Softwareplattform integriert und in der eigenen Salesforce und bei den Prohyp-Partnern in Schulungen vermittelt und durch laufende Vertriebsunterstützung vermarktet.

## **Nachtragsbericht**

Am 24. Februar 2008 hat der Aufsichtsrat der Interhyp AG Jörg Utecht (34) zum Finanzvorstand bestellt. Utecht wird seine Tätigkeit spätestens zum 1. Juli 2008 antreten und für die Bereiche Accounting, Controlling, Investor Relations und Recht verantwortlich sein. Er übernimmt von Marcus Wolsdorf das Ressort Finanzen und Recht und von Robert Haselsteiner die Verantwortung für Investor Relations. Damit setzt sich der Vorstand der Interhyp AG künftig aus den Gründern und Co-CEOs Robert Haselsteiner und Marcus Wolsdorf sowie Jörg Utecht als CFO zusammen. Jörg Utecht verfügt über umfangreiche Erfahrung im Investment Banking und war zehn Jahre, zuletzt als Executive Director in der European Financial Institutions Group, bei JP Morgan tätig.

*Interhyp erweitert den Vorstand um einen CFO.*

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

## **Risikobericht**

### **Chancen- und Risikomanagement**

Interhyp verfügt über ein Risiko- und Chancenmanagementsystem, das neben dem internen Überwachungs- und Controllingssystem ein Risikofrüherkennungssystem beinhaltet. Es dient zur 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. Kombiniert 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 2007 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.

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

### **Risiken hinsichtlich der Geschäftstätigkeit**

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

Sollten Interessenten Sicherheits- oder Datenschutzrisiken befürchten, könnte trotz umfassender technischer Sicherheitsvorkehrungen seitens Interhyp die Nachfrage nach Interhyps 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 Wohnungsmobilienmarkt und die Kreditvergabepraxis in Deutschland auswirken.

### **Wachstumsrisiken**

*Interhyp verfolgt ein **strukturiertes Recruiting-Konzept**, um den nötigen Personalaufbau zu sichern.*

Interhyp verfolgt ein bisher sehr erfolgreiches Recruiting- und Ausbildungskonzept, um den Personalaufbau zu sichern. Es ist derzeit nicht abzusehen, dass der weitere geplante 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 Dienstleistungsangebotes einem starken Wettbewerbsdruck ausgesetzt und hat vor diesem Hintergrund seine erfolgreiche Expansion gestaltet.

### **Finanzwirtschaftliche Risiken**

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

### **Rechtliche und aufsichtsrechtliche Risiken**

Für 2008 sind keine aufsichtsrechtlichen Bestimmungen oder die Geschäftstätigkeit von Interhyp betreffenden Gesetzesänderungen zu erkennen, die die Geschäftstätigkeit substantiell beeinträchtigen könnten.

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**

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 Cashflow-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 eine Gesamtsumme der Risiken gefährdet nicht den Fortbestand von Interhyp.

## **Prognosebericht**

### **Künftige Ausrichtung**

#### **Privatkundengeschäft**

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 2008 sicherstellen.

*Beide Geschäftssegmente sollen weiter **strukturell wachsen**.*

Nach Abschluss der zweiten Phase der Regionalisierungsstrategie im Oktober 2007 wollen wir uns im laufenden Jahr auf die optimale Nutzung der Standorte konzentrieren. Die Niederlassungen werden parallel zu den erfahrungsgemäß möglichen Marktanteilsgewinnen in ihrem lokalen Umfeld weiter aufgebaut, bis die volle Teamstärke und räumliche Kapazität der Niederlassungen erreicht ist. Ein diesem Wachstum angepasstes Niveau an Neueinstellungen von Finanzierungsberatern ist vorgesehen.

#### **Vermittlergeschäft**

Prohyp wird sich in 2008 weiterhin auf zwei Kundengruppen konzentrieren:

Für unabhängige Finanzdienstleister und regional tätige Baufinanzierungsvermittler soll Prohyp immer mehr zu einer unverzichtbaren Workflow-Management-, Beratungs- und Prozesslösung werden. Die Softwareplattform eHyp dient als Zugang zu den vielfältigen Produktmöglichkeiten und lässt die Partner an der Scoring- und Prozessexpertise der Interhyp AG sowie an unserer Einkaufsposition gegenüber den Banken teilhaben. Durch gezielte Key-Accounting-Aktivitäten und die Betreuung durch die Prohyp-Finanzierungsberater von den regionalen Standorten aus 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, hat sich Prohyp in 2006 und 2007 als leistungsfähiger Outsourcingpartner positioniert. Die Servicepakete, die Prohyp in diesem Bereich anbieten kann, sind nach den Wünschen der institutionellen Partner individualisierbar. Die dafür geschlossenen Kooperationen sind meist stärker auf Technologieunterstützung durch unsere Produkt- und Scoringlösungen der eHyp Plattform fokussiert, die gegebenenfalls eigenen Vertriebsseinheiten zur Verfügung gestellt wird und die auch hinter eigenen (Online-)Angeboten der Partner stehen kann.

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

Das gemeinsam mit der MLP Finanzdienstleistungen AG gegründete Tochterunternehmen MLP Hyp stellt den Finanzberatern von MLP die Funktionalität von Prohyp am Standort Schwetzingen zur Verfügung. Das Unternehmen hat am 5. November 2007 den operativen Betrieb aufgenommen und erklärtes Ziel der gemeinsamen Unternehmung bis Ende 2008 ist es, schrittweise das gesamte von der MLP Finanzdienstleistungen AG vermittelte Baufinanzierungsvolumen über die neue Einheit abzuwickeln. In 2006 hat MLP rund 900 Mio. EUR private Baufinanzierungen vermittelt.

In allen Bereichen des Vermittlergeschäfts soll gezieltes Personalwachstum ausreichende Kapazitäten für eine gestiegene Nachfrage nach der Dienstleistung sicherstellen.

#### **Mitarbeiter**

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

#### **Künftige Märkte**

*Wir sehen klare Chancen  
in der Internationalisierung des  
Geschäftsmodells.*

Interhyp konzentriert sich mit einem aktuellen Marktanteil von 3,53% des Neugeschäfts in der privaten Baufinanzierung weiterhin auf die starken Wachstumsmöglichkeiten, die der deutsche Markt für das Geschäftsmodell des unabhängigen Hypothekemaklers bietet. Die Wachstumschancen liegen dabei in der weiteren Gewinnung von Marktanteilen im Wettbewerb mit traditionellen Vertriebsmodellen, in der noch stärkeren Ausschöpfung des Antragsflows durch den Ausbau der Beratungskompetenzen und durch erweiterte Produktlösungen bestehender und neuer Bankpartner. Daneben sehen wir klare Chancen in einer Internationalisierung unseres Geschäftsmodells. Zu diesem Zweck prüfen wir Optionen zu einem Einstieg in ausländische Märkte. Unsere Präferenz liegt auf einer organischen Expansion.

#### **Künftige Produkte**

Interhyp wird die Entwicklung neuer Baufinanzierungsprodukte durch intensive Gespräche mit aktuellen und potenziellen Finanzierungspartnern fördern. Das schließt auch ausländische Anbieter ein, die im deutschen Markt Fuß fassen wollen und mit Interhyp und anderen Anbietern als Vertriebsweg einen schlanken Einstieg in die private Baufinanzierung in Deutschland suchen. Dies könnte auch gezielt über Produktinnovationen als differenzierendes Merkmal der neuen Anbieter vorangetrieben werden. Langfristig könnte dies zur Versorgung einer breiteren Schicht von Privatkunden mit Baufinanzierungsmöglichkeiten führen.

#### **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 2008 erwarten wir im 1. Halbjahr eine sehr rezessive Wirtschaftsentwicklung in den USA mit einer Stabilisierung im Jahresverlauf. Asien und die Emerging Markets werden unserer Ansicht nach an Dynamik einbüßen. Das Wachstum in Deutschland wird von einer schwächeren Exportkonjunktur negativ beeinflusst werden und damit wird auch das Konsumverhalten defensiv bleiben. Wir erwarten, dass die US-Notenbank die Leitzinsen im 1. Halbjahr auf bis zu 2,00% absenken wird. Die langfristigen Kapitalmarktzinsen in den USA haben daher vorerst wenig Spielraum nach oben, werden aber im Laufe des Jahres höher tendieren. Von der Europäischen Zentralbank erwarten wir bis zur Jahresmitte aufgrund der schwächeren Konjunkturentwicklung eine Absenkung der Leitzinsen auf 3,50%. Damit sollten auch die langfristigen Zinsen gemessen an den Renditen für 10-jährige Pfandbriefe in 2008 zwischen 4,25% und 4,75% schwanken.

Angesichts der schwierigen Einschätzung der weltweiten Konjunktorentwicklung und der von allen Seiten reduzierten Wachstumsaussichten für Deutschland können wir in 2008 keine Steigerung der Aktivitäten am Wohnungsmarkt erwarten. Zwar bieten die gegenüber Mitte 2007 wieder gesunkenen Langfristzinsen eine höhere Leistbarkeit, entscheidend bleibt aber für viele Konsumenten die Einschätzung ihrer langfristigen Einkommensentwicklung. Die relativen Preisvorteile von Bestandsobjekten gegenüber Neubaukosten sollten bei weiterhin schwacher Neubauaktivität zumindest zu einer stabilen Nachfrage am Sekundärmarkt führen, die auch von Preiseffekten begleitet sein könnte.

Gemessen am von der Bundesbank erhobenen Neugeschäftsvolumen, das ja auch Anschlussfinanzierungen und interne Darlehensverlängerungen enthält, erwarten wir auf Basis des Niveaus im 2. Halbjahr 2007 ein Jahresvolumen von 170 bis 180 Mrd. EUR.

### **Künftige rechtliche Rahmenbedingungen**

Das Bundesjustizministerium und das Bundesfinanzministerium haben dem Bundestag Vorschläge zum besseren Schutz von Kreditnehmern bei einem Verkauf ihrer Darlehensforderung vorgelegt. Das Maßnahmenpaket beinhaltet vor allem Änderungen des Kreditwesengesetzes, des Bürgerlichen Gesetzbuches und der Zivilprozessordnung. Die diskutierten Gesetzesvorschläge haben auf die Geschäftstätigkeit der Interhyp und ihrer Tochtergesellschaften keine unmittelbare Auswirkung, da die Baufinanzierungsvermittlung anders als das Kreditgeschäft nicht Gegenstand der beabsichtigten Regulierungen ist. Es bleibt abzuwarten, ob und welche Maßnahmen der Gesetzgeber künftig ergreifen wird.

Die Kommission der Europäischen Gemeinschaften hat im Dezember 2007 das Weißbuch über die Integration der EU-Hypothekarkreditmärkte vorgelegt. Im Hinblick auf die Förderung einer verantwortlichen Kreditvergabe und -aufnahme ist die Kommission der Meinung, dass Geber und Vermittler von Hypothekarkrediten verpflichtet sein sollten, die Kreditwürdigkeit von Kunden mit geeigneten Mitteln zu prüfen. Konkrete Regulierungsmaßnahmen, insbesondere bezogen auf die Kreditvermittlung, werden im Weißbuch allerdings nicht vorgeschlagen. Inwieweit auf europäischer Ebene tatsächlich Regelungen getroffen werden, ist derzeit noch nicht abzusehen.

*Die EU will die **Integration der Hypothekmärkte** weiter vorantreiben.*

### **Erwartete Ertragslage**

Für das laufende Geschäftsjahr 2008 erwarten wir weitere Marktanteilsgewinne und damit profitables Wachstum für Interhyp. In den Kenngrößen Finanzierungsvolumen, Rohertrag und EBIT streben wir daher in 2008 jeweils ein zweistelliges Wachstum an.

Für 2008 rechnen wir weiterhin mit einer aufgrund der Unternehmenssteuerreform reduzierten Steuerquote von rund 33%.

### **Erwartete Finanzlage**

Aufgrund der Kapitalerhöhung im Zuge des Börsengangs in 2005 und der positiven Beiträge aus dem operativen Geschäft verfügen wir über einen sehr soliden Bestand an liquiden Mitteln von rund 49 Mio. EUR. Daher sind derzeit keine langfristigen Finanzierungsmaßnahmen über die Aufnahme von Fremdkapital geplant.

Die Liquiditätsposition der Interhyp AG wird bei Erreichen des angestrebten Wachstums aufgrund des erzielbaren operativen Cashflows weiterhin stark bleiben, bezüglich unserer Dividenden an die Aktionäre streben wir kontinuierliche Steigerungen und eine Ausschüttungsquote von mindestens 50% an.

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

## **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.

*Die **Regionalisierung** unseres  
Privatkundengeschäfts bietet  
vielfältige Chancen.*

Im Rahmen unserer Regionalisierungsstrategie erkennen wir im Privatkundengeschäft die Chancen, für unsere Kunden als in der Region ansässiger Spezialist vor Ort noch greifbarer zu werden: 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. Für die kleineren, in der zweiten Phase im Berichtszeitraum eröffneten Niederlassungen bedeutet diese Wachstumsperspektive, dass die personellen Kapazitäten parallel zu den erwarteten Marktanteilsgewinnen bis hin zur vollen Teamstärke der Vertriebsmannschaften ausgebaut werden sollen. Dadurch ergibt sich die Chance höherer Effizienz durch eine stärkere Ausnutzung der vorhandenen Ressourcen.

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

*Prohyp kann sich über institutio-  
nelle Kooperationen **zusätzliche**  
Vertriebswege erschließen.*

Im Geschäft mit institutionellen Partnern sehen wir für Prohyp die Chance, sich zusätzliche Vertriebswege zu erschließen über Anbieter, die mit Hilfe einer Kooperation neu in der privaten Baufinanzierung in Deutschland aktiv werden wollen. Durch die individuell gestaltbare Zusammenarbeit mit Institutionen, die bereits in der Baufinanzierung tätig sind, kann Prohyp bei Gewinnung solcher Partner auch unmittelbar höheres Finanzierungsvolumen erzielen, sobald die notwendigen Umstellungen der Systemplattform, Schulung und Unterstützung erfolgreich abgeschlossen sind.

Wir beobachten zudem, dass sich traditionelle Anbieter zunehmend den Möglichkeiten öffnen, die ihnen eine Kooperation mit Prohyp für diejenigen Kundensegmente bietet, in denen sie nicht selbst aktiv sein können oder wollen. So können sich beispielsweise lokale Banken des breiten Produktspektrums von Interhyp bedienen. Diese Anbieter können in Kooperation mit Prohyp auch denjenigen Kunden eine Baufinanzierungslösung anbieten, für die das eigene Haus keine Möglichkeiten oder zu schlechte Konditionen bietet. Sie werden also in diesen Fälle als Vermittler tätig, können sich aber gleichzeitig als Spezialist gegenüber dem Kunden positionieren und gefährden damit nicht die Kundenbeziehung mangels Produktmöglichkeiten. Wir sehen Chancen, dass sich die bisher schon ermutigende Nachfrage in diesem Segment weiter dynamisch fortsetzt und Interhyp von einem höheren Bekanntheitsgrad in der Branche profitieren kann.

Durch eine Spezialisierung unserer Finanzierungsberater, auf beispielsweise 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.

### **Zusätzliche Chancen**

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

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

Ein erfolgreicher Markteintritt in einen oder mehrere ausländische Märkte könnte für die nächsten Jahre zusätzliche Wachstumschancen eröffnen.

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**

Das Unternehmen befindet sich im wachsenden Markt für unabhängige Baufinanzierungsvermittlung in Deutschland. Durch weiteres Wachstum über Marktanteilsgewinne in der privaten Baufinanzierung gehen wir von einer nachhaltig günstigen künftigen Geschäftsentwicklung der Interhyp AG aus. 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 auch durch institutionelle Kooperationen in diesem Bereich. Der Vorstand hält das Unternehmen für ausgezeichnet positioniert, um Wachstumspotenziale, die sich bieten werden, konsequent nutzen zu können.

*Interhyp ist ausgezeichnet positioniert, um **Wachstumspotenziale** konsequent zu nutzen.*