

Ordentliche Hauptversammlung der Interhyp AG

– 30. Mai 2006, München –

Rede des Vorstands

1) Rückblick, Robert Haselsteiner, Gründer und Vorstand, Interhyp AG

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,
liebe Freunde des Unternehmens,

auch wir – Marcus Wolsdorf und ich – begrüßen Sie ganz herzlich zur ersten Hauptversammlung als börsennotiertes Unternehmen.

Wir freuen uns, dass Sie heute zu uns gekommen sind, um Ihre Rolle als Aktionäre – als Miteigentümer der Interhyp AG – aktiv auszuüben und wir als Vorstand Ihnen persönlich Rede und Antwort über den Geschäftsverlauf, unsere Strategie und unsere Wachstumspläne stehen können.

Das Geschäftsjahr 2005

Lassen Sie mich deshalb gleich auf den Geschäftsverlauf 2005 und in den ersten drei Monaten des Jahres 2006 eingehen.

Das Interhyp-Geschäftsjahr 2005 war in allen Belangen ein Rekordjahr. Das Unternehmen konnte Bestwerte beim generierten Finanzierungsvolumen und beim Ergebnis melden und hat die Profitabilität erneut gesteigert.

Zu den Eckdaten im einzelnen:

- Das generierte Finanzierungsvolumen betrug 2005 3,022 Milliarden Euro und hat sich damit gegenüber 2004 mehr als verdoppelt.
- Diesem Finanzierungsvolumen liegen 18.273 abgeschlossene Finanzierungen zu Grunde – das heißt: Mehr als 18.000 Menschen konnten wir dabei helfen, die eigenen vier Wände günstiger zu finanzieren.
- Damit haben wir unseren Marktanteil im Gesamtjahr 2005 auf 1,76 Prozent erhöht.
- Der generierte Rohertrag, also die Provisionserlöse ohne die Zahlungen an unsere Vertriebspartner im Vermittlergeschäft Prohyp, stiegen um 137 Prozent auf 39,4 Millionen Euro.
- Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern – das EBIT – wuchs sogar um 580 Prozent auf 12,9 Millionen Euro.
- Das operative Ergebnis hat damit deutlich überproportional zum Umsatz zugelegt. Mit der Steigerung der EBIT-Marge um 21,4 Prozentpunkte auf 32,9 Prozent hat Interhyp eine beeindruckende Rentabilität erzielt.
- Der Jahresüberschuss gemäß IFRS hat sich von 480.000 Euro im Vorjahr auf 12,9 Millionen Euro vervielfacht. Hier ist ein einmaliger Steuereffekt in Höhe von rund 5,7 Mio. Euro berücksichtigt, der sich aus der Nutzung von Verlustvorträgen und der Verrechnung von IPO-Kosten mit dem

Eigenkapital ergibt. Gemäß HGB hat die Interhyp AG einen Jahresüberschuss von 6,9 Mio. Euro erwirtschaftet. Aufgrund des Verlustvortrages aus dem Vorjahr auf Ebene der Aktiengesellschaft blieb ein Bilanzverlust von 1,4 Mio. Euro stehen. Damit sind wir noch nicht ausschüttungsfähig, eine Dividende kann demnach für das Jahr 2005 nicht bezahlt werden.

Nicht unerwähnt sollte bei dieser Rückschau bleiben, dass Interhyp in 2005 eine Reihe bedeutender Auszeichnungen verliehen wurde: Die Aufnahme in "Europe's 500 Job Creating Companies" als fünftplatziertes Unternehmen unter den europäischen Finanzdienstleistern, die Verleihung des Unternehmerpreises "Entrepreneur des Jahres 2005" in der Kategorie Dienstleistung und eine Auszeichnung als eines der 50 schnellst wachsenden Unternehmen Bayerns, „Bayerns Best 50“, waren Anerkennung unseres erfolgreichen Wachstumskurses.

Das erste Quartal 2006

Mit dem aktuellen Bericht über das erste Quartal des Geschäftsjahres 2006, den wir am 9. Mai veröffentlicht haben, haben wir unsere Stellung als klare Nummer 1 unter den unabhängigen Baufinanzierungsanbietern untermauert und nochmals ausgebaut.

Im ersten Quartal 2006 haben wir ein Finanzierungsvolumen von mehr als einer Milliarde Euro vermittelt. Zum Vergleich: im 1. Quartal 2005 betrug das Volumen noch 507 Mio. Euro. Eine Steigerung von 118 Prozent!

Auf das Privatkundengeschäft unter der Marke Interhyp entfielen im ersten Quartal 69 Prozent des Finanzierungsvolumens. Besonders erfreulich entwickelte sich erneut das Vermittlergeschäft unter der Marke Prohyp: Das in diesem Segment generierte Volumen stieg um 169 Prozent auf 340 Mio. Euro. Diese Entwicklung bestätigt, dass wir das enorme Potenzial des Vermittlermarktes immer besser zu nutzen wissen.

Dem gesamten Finanzierungsvolumen von 1,105 Mrd. Euro entsprechen 6.809 abgeschlossene Baufinanzierungen zwischen Januar und März 2006. Damit haben wir zum Ende des ersten Quartals einen Marktanteil am Neugeschäft in der privaten Baufinanzierung in Deutschland von 2,11 Prozent erreicht.

Lassen Sie mich die weiteren operativen Zahlen des 1. Quartals kurz aufzeigen:

- Der Rohertrag stieg um 121 Prozent auf 14,2 Millionen Euro gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahres mit 6,4 Mio. Euro.
- Das EBIT – das Ergebnis vor Zinsen und Steuern – hat sich gegenüber dem ersten Quartal 2005 um den Faktor 3,6 verbessert und liegt nun bei 5,0 Millionen Euro.
- Die EBIT-Marge – bezogen auf den Rohertrag – verbesserte sich gegenüber dem ersten Quartal 2005 um rund 14 Prozentpunkte auf 35,6 Prozent. Damit liegen wir bei anhaltend hohem Wachstumstempo – die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter lag zum 31. März 2006 bei 322 – bereits jetzt über der für das Gesamtjahr angestrebten EBIT-Marge von 35 Prozent.

Kurzum: Wir haben nachhaltig bewiesen, dass das Geschäftsmodell des unabhängigen Baufinanzierungs-Brokers den Wunsch des Kunden trifft, in unterschiedlichsten Marktphasen hohen Zuspruch erfährt und in der heute von uns erreichten Größe echte Skaleneffekte erzielt. Damit sind Sie in ein Unternehmen investiert, das hohes Wachstum bei sehr hoher Profitabilität vereint.

2) Der Börsengang und die Entwicklung als öffentliches Unternehmen

Lassen Sie mich an dieser Stelle auf den Börsengang und die Entwicklung des Unternehmens seit dem Listing im Prime Standard der Frankfurter Wertpapierbörse eingehen:

Die Börseneinführung am 29. September 2005 war logische Fortführung der dynamischen Entwicklung des 1999 gegründeten Unternehmens, das es in gut 5 Jahren zum größten unabhängigen Anbieter privater Baufinanzierungen in Deutschland gebracht hat – immerhin dem größten Baufinanzierungsmarkt in Europa.

Interhyp war zum Zeitpunkt der Entscheidung für den Börsengang profitabel, war Marktführer und verfügte über sehr gute Wachstumsaussichten. Die Frühphasenfinanzierer Earlybird und 3i sahen ihre Funktion als Begleiter der Gründungsphase als abgeschlossen an und das Kapitalmarktumfeld war günstig.

Der Börsengang am 29. September 2005 war ein voller Erfolg, und zwar für die Interhyp AG gleichermaßen wie für Sie als Aktionäre. Interhyp konnte einen Emissionspreis von 42 Euro am oberen Ende der Preisspanne realisieren. Die

Emission – im Übrigen der erste Börsengang nach der Bundestagswahl und der erste Internet-IPO seit Juli 2000 – war mehr als 30fach überzeichnet. Von der Mehrzuteilungsoption wurde selbstverständlich Gebrauch gemacht.

Der erste Handelstag verlief – lassen Sie es mich etwas salopp formulieren – fantastisch. Der erste Kurs wurde bei 51 Euro ermittelt. Der Zeichnungsgewinn betrug demnach 21 Prozent. Auch in den nächsten Wochen und Monaten entwickelte sich die Aktie sehr positiv. Zum Jahresende lagen wir mit einem Kurs von 76 Euro bei einem Plus von 81 Prozent – und das nur gut drei Monate nach Börsengang. Das veranlasste auch die Fachpresse dazu, den Interhyp-Börsengang als den erfolgreichsten IPO 2005 zu bezeichnen. Einen weiteren wichtigen Schritt stellte die Aufnahme des Unternehmens zum 19. Dezember 2005 in den deutschen SmallCap-Index SDAX dar.

Auch in den Folgemonaten erreichte die Aktie – vor dem Hintergrund der eben beschriebenen exzellenten Zahlen und einem sehr positiven Marktumfeld gerade auch für Small Caps – weitere Rekordmarken. Dass wir in den heftigen Kurskorrekturen der letzten 14 Tage als extremer Outperformer durch Gewinnmitnahmen besonders stark Federn lassen mussten, führte zu einem aktuellen Kurs von heute morgen 74,20 Euro – ein leider natürliches Phänomen in einer Phase wie der derzeitigen. An unseren Wachstumsplänen und der grundsätzlich sehr positiven Bewertung der enormen Chancen für unser Geschäftsmodell hat diese Entwicklung nichts verändert.

Die Aktionärsstruktur

Aktuell sieht die Aktionärsstruktur folgendermaßen aus: Rund ein Drittel der Aktien befindet sich in den Händen des Managements. Die beiden Venture Capital-Gesellschaften Earlybird und 3i halten zusammen noch rund 15 Prozent der Aktien – beide Gesellschaften reduzierten ihre Beteiligungen im Zuge des Börsenganges und verringerten ihre Anteile Anfang des Jahres. Der Free Float beläuft sich auf rund 53 Prozent.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, lassen Sie mich nach dem sehr erfreulichen Rückblick auf die Finanzkennzahlen und unseren Börsengang nun das Wort an meinen Vorstandskollegen Marcus Wolsdorf übergeben.

3) Ausblick, Marcus Wolsdorf, Gründer und Vorstand, Interhyp AG

Meine sehr verehrten Damen und Herren,
ich freue mich, Ihnen im Rahmen unserer ersten Hauptversammlung als börsennotiertes Unternehmen erläutern zu dürfen, welche Erfolgsfaktoren diesen – von meinem Kollegen Robert Haselsteiner beschriebenen – überwältigenden Erfolg möglich gemacht haben und wo die zentralen weiteren Wachstumshebel für unser Geschäftsmodell liegen.

Die entscheidenden Grundlagen für den Aufstieg von Interhyp vom Start-Up zum Marktführer in nur sechs Jahren sind zwei Megatrends, die sich im Kundenverhalten abzeichnen: Kunden verlangen bei dieser so komplexen und weit reichenden finanziellen Entscheidung immer stärker nach unabhängiger Auswahl und Beratung – und: Sie nutzen das Internet zunehmend für die Suche nach dem richtigen Anbieter.

Lassen Sie mich zunächst einmal den Wunsch nach unabhängiger Auswahl und Beratung betrachten: Die Antwort auf dieses veränderte Kundenverhalten ist der unabhängige Broker, also der Makler bzw. Vermittler, der selbst keine Produkte ‚herstellt‘, sondern unabhängig im Markt die besten Lösungen für seinen Kunden sucht und auswählt – ein Geschäftsmodell, das nicht nur den Kunden erhebliche Vorteile bietet, sondern eine Win-Win-Win-Situation für alle Beteiligten schafft: Der Privatkunde bekommt aus einer Hand Zugriff auf eine ganze Fülle von Angeboten, ohne selbst mit etlichen Banken verhandeln zu müssen, wir können ihm vielmehr sogar die Darlehensangebote von Banken zugänglich machen, die er alleine gar nicht nutzen könnte. Dadurch sichert er sich größtmögliche Transparenz zu attraktiven Konditionen und bekommt obendrein eine

unabhängige Beratung durch einen unserer über 180
Baufinanzierungsspezialisten.

Banken, die ihre Produkte über unsere Plattform anbieten, bekommen im Umkehrschluss auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmte Kunden und damit zusätzliches Finanzierungsvolumen – und zwar zu vollkommen variablen Kosten bei bestmöglicher Qualität. Denn wir übernehmen in diesem Zusammenspiel nicht nur die Kundengewinnung und Beratung, sondern prüfen die Finanzierungsfälle auch nach den Vorgaben der Banken und liefern in der Folge nur ‚schrankfertiges‘ Geschäft ab. Damit sind wir gerade für internationale Kreditinstitute der ideale Partner für einen effizienten Markteintritt in den größten Baufinanzierungsmarkt Eurolands.

Wir als Mittler schließlich haben den Vorteil, ein klares Profil – nämlich das des kundenorientierten unabhängigen Brokers anstelle des am eigenen Produkt interessierten Produzenten – zeigen zu können. Zudem müssen wir kein Kreditrisiko auf die eigenen Bücher nehmen und erzielen durch unsere optimierten Prozesse attraktive Margen.

Dementsprechend kann es nicht verwundern, dass das Broker-Modell in reiferen Finanzdienstleistungsmärkten bereits deutlich weiter verbreitet ist und zum Beispiel in den USA etwa 70 Prozent aller Baufinanzierungen über unabhängige Makler und nicht über die Filiale um die Ecke getätigt werden. In Deutschland sehen wir – jüngsten Schätzungen zufolge – den Marktanteil unabhängiger Broker derzeit bei 10 bis 12 Prozent. Stellt man dem das sich fundamental veränderte Kundenverhalten – die Treue zur Hausbank nimmt rapide ab – sowie die Trendentwicklung in einem Markt wie den USA gegenüber, wird das enorme

Potenzial deutlich – oder einfacher mit den Worten der FAZ gesagt: Wir nehmen den Banken und Sparkassen stündlich Marktanteile weg.

Kurzum: Nach anderen Segmenten der Finanzdienstleistung befindet sich auch der Markt der privaten Baufinanzierung in einem grundlegenden Umbruch: Herkömmliche Modelle, in denen von der Kundenberatung bis hin zur Refinanzierung des Kredits alle Prozessschritte aus einer Hand kamen, gehören der Vergangenheit an; Spezialisten, die ihre jeweilige Kernkompetenz kontinuierlich optimieren, setzen sich dagegen durch – und werden dank des Internets auch von den Verbrauchern gefunden.

Das führt mich zum zweiten zentralen Trend, der unser Geschäftsmodell befeuert: Der zunehmenden Bedeutung des Internet für den Vertrieb von privaten Baufinanzierungen.

Gerade in der für uns künftig besonders relevanten Zielgruppe der 20 bis 29jährigen ist die Durchdringung und Nutzung des Internet mit einer regelmäßigen Internetnutzung von 85 Prozent bereits sehr hoch. Schließlich wachsen bei der Baufinanzierung kontinuierlich neue Nutzergruppen nach. Und mit jeder nachkommenden ‚Generation‘ steigt abermals die Wahrscheinlichkeit, dass das Netz ganz selbstverständlich zur Information und zur Angebotssuche gerade auch für Geldangelegenheiten genutzt wird.

Das untermauert auch die zentrale Bedeutung unserer Website www.interhyp.de – der wohl führenden unabhängigen Baufinanzierungs-Website im deutschsprachigen Internet – im Kundengewinnungsprozess. Hier bieten wir dem Kunden die Möglichkeit, sich bereits in der Frühphase seines

Entscheidungsprozesses zu informieren, Vergleichsrechnungen durchzuführen und sich so – noch ganz anonym, kostenlos und zeitlich uneingeschränkt – ein Gefühl für die eigene Finanzierung zu verschaffen: Wir geben einen transparenten Überblick über die aktuellen Top-Sätze, ermöglichen die Ermittlung des eigenen Finanzierungsspielraums oder die Berechnung eines Vergleichsangebots zu dem der Hausbank.

Diesen Service, der die Vorstufe zur individuellen Beratung darstellt, nutzen derzeit etwa 70.000 User pro Woche. Hat sich ein Baufinanzierungsinteressent – nicht zuletzt mithilfe unserer Tools und Rechenmöglichkeiten – dann dazu entschieden, ein bestimmtes Objekt in Angriff zu nehmen, benötigen wir eine Finanzierungsanfrage, in der uns der Kunde die wichtigsten Informationen zu seiner Person, seiner finanziellen Situation und dem zu finanzierenden Objekt mitteilt. Nur mit diesen Informationen können wir eine wirklich individuelle Beratung leisten – entsprechend überlassen wir es unseren Kunden, ob sie uns die Finanzierungsanfrage, online, handschriftlich ausgefüllt per Fax oder Post oder telefonisch bzw. persönlich übermitteln.

Und auch bei der individuellen Beratung bestimmt der Kunde, auf welchem Weg er diese gerne nutzen möchte. Wir stellen lediglich sicher, dass der Kunde einen festen Berater, der ihn über den gesamten Prozess begleitet, erhält. Ob er die Beratung, bei der unsere Baufinanzierungsspezialisten gemeinsam mit dem Kunden zunächst die optimale Finanzierungsstruktur bestimmen und dann den dafür besten Anbieter ermitteln, telefonisch oder vor Ort in einer unserer in Kürze sechs Niederlassungen nutzt, ist seine Entscheidung. Die Art und die Qualität der Beratung ist die gleiche: Unabhängig und individuell – mit dem Ziel

aus der Vielzahl der Banken auf unserer Plattform die beste Lösung zu ermitteln. Der Weg dorthin soll der für den Kunden bequemste sein.

Dabei unterscheiden sich unsere Niederlassungen gravierend von herkömmlichen Bankfilialen: Anders als diese dienen unsere Büros in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln, München oder ab Donnerstag in Stuttgart nicht der Gewinnung oder Betreuung von Laufkundschaft, sondern bieten Kunden mit dem Wunsch nach persönlicher Beratung vor Ort auch die Option, Interhyp ‚anzufassen‘. Das heißt konkret: Wie im reinen Online-Prozess bitten wir unsere Kunden um eine vollständig ausgefüllte Anfrage und ordnen diese dem persönlichen Berater zu – und dieser macht, falls gewünscht, dann einen Beratungstermin in der Niederlassung aus. Produktspektrum und Zinsangebote unterscheiden sich dabei nicht vom reinen Direktweg, schließlich verlagern wir nur den Beratungsmoment in die Niederlassung und erschließen uns und dem Kunden damit eine ganze Reihe von Vorteilen: Kundengruppen, die sich bislang mit der rein telefonischen Beratung nicht wohl fühlten, haben nun die Möglichkeit, vor Ort von unseren Produkt- und Zinsvorteilen zu profitieren. Damit erweitern wir gerade in den besonders attraktiven Immobilienmärkten der Ballungsräume unser Kundenpotenzial. Gleichzeitig zeigen wir mit unseren Niederlassungen größere regionale Nähe und erreichen so die regionale Immobilienwirtschaft als Partner wie auch attraktive Produkthanbieter vor Ort leichter und effizienter.

Die Summe der Vorteile unseres Systems – unabhängige Produktauswahl und eine Vielzahl von Finanzierungslösungen, individuelle Beratung und deutlich günstigere Konditionen vor Ort – hat im letzten Jahr nicht nur mehr als 18.000 Kunden überzeugt, sondern wird auch zunehmend von unabhängigen Testern als die Alternative zur Filialbank geschätzt: So hat zuletzt die Redaktion des

Wirtschaftsmagazins Euro Interhyp als Deutschlands besten Baufinanzierer ausgezeichnet – und zwar nicht nur wegen der deutlich günstigeren Konditionen, sondern auch bzw. vor allem wegen sehr guter Beratungs- und Servicenoten. Ein Beweis, der unser Konzept abermals bestätigt.

In der Art und Weise, in der Privatkunden von unserem Geschäftsmodell direkt profitieren, stellen wir diese Funktionalität auch unabhängigen, lokal ansässigen Finanzdienstleistern für deren Baufinanzierungsgeschäft zur Verfügung: Diese profitieren von der zunehmenden Skepsis der Verbraucher gegenüber der klassischen Filialbank und positionieren sich zunehmend als Alternative in allen Fragen, wenn es um Geld geht. Die Baufinanzierung spielt in einer Allfinanz-Kundenbeziehung eine wichtige Rolle, ist aber traditionell ein komplexes Feld für kleinere Finanzmakler. Hier setzt unser Prohyp-Konzept an: Wer als Finanzdienstleister sein Leistungsspektrum – sei es zur Kundengewinnung oder zur Kundenbindung – um die Baufinanzierung erweitern möchte, bekommt mit Prohyp eine Plattform, die alle Vorteile eines professionellen Brokers eröffnet, ohne selbst tief in die Prozesse mit einer Vielzahl von Banken einsteigen zu müssen. Das heißt konkret: Prohyp-Partner haben Zugriff auf die Technologie, das Produktangebot und vor allem das Beratungs-Knowhow der Interhyp-Welt, bleiben aber zentraler Ansprechpartner für den Kunden. Mit Prohyp wird der Finanzdienstleister also zum vollwertigen Baufinanzierungs-Broker und sichert sich über ein flexibles Provisionierungssystem auch die mit dem zusätzlichen Angebot verbundenen Verdienstchancen. Die Nachfrage nach dieser Lösung ist enorm: So konnten wir die Zahl der aktiven Prohyp-Vermittler zwischen dem ersten Quartal 2005 und dem gleichen Zeitraum 2006 um 124 Prozent auf 1.645 steigern. Ein Wachstumsfeld also, mit dem wir das Broker-Modell auch über

Dritte in den Markt tragen und so abermals Kundenschichten erreichen, die nicht den direkten Weg gehen würden.

Addiert man nun unsere Position aus dem Direktgeschäft – „Der größte unabhängige Anbieter von privaten Baufinanzierungen in Deutschland“ – und die aus dem Vermittlergeschäft – „Der führende unabhängige Baufinanzierungspartner für Finanzdienstleister in Deutschland“ –, wird das Ziel, das wir mit dem Interhyp-Modell verfolgen, sehr deutlich: Zum Synonym für die private Baufinanzierung in Deutschland zu werden – oder anders gesagt: Wir wollen, dass man in Zukunft sagt: „Wenn Baufinanzierung, dann Interhyp“.

Um dieses – auf den ersten Blick sehr ehrgeizige, vor dem Hintergrund unserer Performance und der Chancen in diesem Markt sehr realistische – Ziel zu erreichen, verfolgen wir eine Strategie, die sehr klar und eindeutig auf den Kundennutzen ausgerichtet ist. Schließlich nährt sich unser bisheriger Erfolg in erster Linie daraus, dass wir genau auf die Kundenwünsche gehört haben und diese sehr konsequent in einem neuen Geschäftsmodell umgesetzt haben. Folglich fußt die Interhyp-Strategie auf den drei Säulen: Beste Produkte, bester Service, beste Baufinanzierungsmarke.

Konkret bedeutet das:

- 1) Wir werden uns mit der heute verfügbaren Produktlandschaft nicht begnügen. Unser Bestreben ist es, kontinuierlich weitere Finanzierungspartner zu gewinnen, mit denen wir in allen Aspekten der privaten Baufinanzierung bestmöglich lieferfähig sind. Dazu gehört auch

eine konsequente Optimierung der Einkaufskonditionen, die uns beste Endkunden-Konditionen und entsprechende Profitabilität sichern.

- 2) Indem wir standardmäßig bei allen unseren Kunden die Zufriedenheit mit der gebotenen Dienstleistung abfragen, gewinnen wir ständig neue Erkenntnisse für das Erweiterungs- und Verbesserungspotenzial unseres Service. Basis für ein erklärtermaßen bestmögliches Servicelevel wiederum ist ein konsequent strukturierter Recruitment- und Ausbildungsprozess, mit dem wir im Einklang mit unserem rapiden Wachstum kontinuierlich neue Talente gewinnen und bestmögliches Training gewährleisten.
- 3) Last but not least gilt es, die Vorzüge unseres Geschäftsmodells mit dem konkreten Nutzen für den Kunden, für Prohyp-Partner und potenzielle Finanzierungsgeber kontinuierlich und klar zu kommunizieren. Entsprechend optimieren und intensivieren wir unsere Marketing- und Kommunikationsaktivitäten ständig. Gerade unsere Positionierung als kompetenter und unabhängiger Ansprechpartner für bzw. in der Presse ist dabei essentiell.

Sie sehen: So klar und fokussiert wir unser Geschäftsmodell gehalten haben, so klar sind unsere strategischen Grundlagen, bei denen wir sehr stark auf Exekution und Umsetzung setzen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Chancen für unser Modell bestätigen wir den bereits im März gegebenen Ausblick auf das Gesamtjahr 2006 klar:

- Interhyp wird als größter unabhängiger Anbieter die sich bietenden Marktchancen – wie bereits in der Vergangenheit – nutzen, um vom Trend hin zum (internetbasierten) Baufinanzierungs-Broker weiterhin überproportional zu profitieren und die führende Marktposition deutlich ausbauen.
- Wir streben deshalb eine Steigerung beim Finanzierungsvolumen auf ca. 4,8 Milliarden Euro an – im Vorjahr waren es rund drei Milliarden Euro.
- Den Rohertrag wollen wir auf 60 Millionen Euro steigern; das EBIT auf 21 Millionen Euro gegenüber 12,9 Millionen Euro aus dem Geschäftsjahr 2005.
- Unter diesen Prämissen erwarten wir eine EBIT-Marge – bezogen auf das Rohergebnis – von 35 Prozent.

Meine sehr verehrten Damen und Herren, natürlich haben wir den Status quo nur erreicht, weil Interhyp hervorragende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Team hat. Nicht nur im Jahr der Börseneinführung haben wir von ihnen ein sehr hohes Maß an Engagement und Einsatzbereitschaft verlangt.

Lassen Sie uns ihnen an dieser Stelle unseren aufrichtigen Dank und unsere Anerkennung für ihre Leistung und Loyalität aussprechen.

Gemeinsam mit meinem Kollegen Robert Haselsteiner möchte ich Ihnen zum Abschluss meiner Ausführungen mit auf den Weg geben: Interhyp ist mit einem zukunftsfähigen Geschäftsmodell bestens positioniert, den sich abzeichnenden Wandel im deutschen Baufinanzierungsmarkt aktiv voranzutreiben und sich

weitere Marktanteile zu sichern – und bietet damit ausgezeichnete Perspektiven für die Zukunft.

Ich gebe nun das Wort zurück an unseren Aufsichtsratsvorsitzenden.