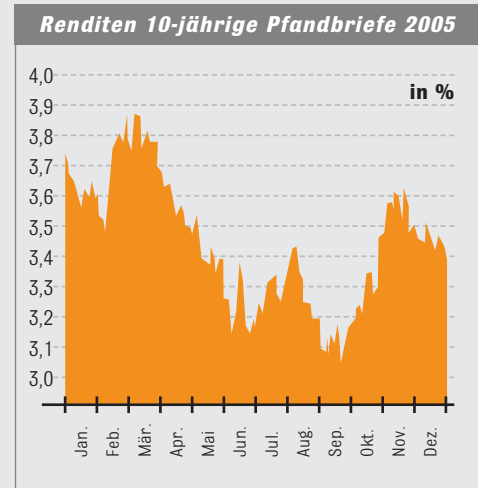


Der **Konzernlagebericht**

1. Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

1.1 Gesamtwirtschaftliche Entwicklung

Während sich das Wirtschaftswachstum in den USA und in Asien in 2005 auf hohem Niveau fortgesetzt hat, konnten die größten Euroland-Volkswirtschaftsräume Deutschland, Frankreich und Italien ihre Wachstumsschwäche nicht ablegen. Selbst die anhaltend starke Exportperformance konnte die schwache Binnennachfrage nicht ausgleichen. Die ohnehin schon schwache Konjunkturdynamik wurde durch stark steigende Energie- und Rohstoffpreise noch weiter gedämpft. Diese dämpfende Wirkung hat bis zum September die Renditen für langfristige Anleihen in Euroland auf historisch tiefe Niveaus fallen lassen, obwohl die US-Notenbank in dieser Zeit bereits mit einer Sequenz von kleinen Schritten die Leitzinsen sukzessive angehoben hatte. Im vierten Quartal haben die Investoren an den Zinsmärkten jedoch begonnen, die mit den steigenden Ölpreisen und dem hohen Geldmengenwachstum einhergehenden Inflationsgefahren stärker zu bewerten, und eine Korrektur hat am Anleihemarkt in Euroland eingesetzt. Die EZB hat mit einer ersten Leitzinserhöhung von 2,00% auf 2,25% im November begonnen, wieder etwas Spielraum für zinspolitische Maßnahmen zu schaffen. Im gesamten Jahresverlauf 2005 sind die Kapitalmarktrenditen in Deutschland, gemessen an den Renditen für 10-jährige Pfandbriefe, unter 4,00% geblieben – das ist das tiefste Zinsniveau seit 50 Jahren.



2. Geschäft und Strategie

1.2 Branchenentwicklung

Nach einem historisch schwachen ersten Quartal hat das Finanzierungsvolumen für Wohnbaukredite im Jahresverlauf deutlich zugenommen und mit 172 Mrd. EUR wieder fast das Niveau von 2003 erreicht und das mit 155 Mrd. EUR geringe Volumen von 2004 übertroffen (Quelle: EWU-Zinsstatistik der Deutschen Bundesbank). Die Steigerungen im dritten und vierten Quartal scheinen dabei einerseits von den historisch tiefen Zinsniveaus, aber auch von gewissen Sondereffekten aufgrund der im November von der neuen Regierung beschlossenen Abschaffung der Eigenheimzulage getrieben worden zu sein. Trotz dieser zuletzt gestiegenen Nachfrage sind in 2005 noch keine Preiseffekte am Immobilienmarkt zu beobachten gewesen. Das hohe Interesse an deutschen Wohnimmobilien von Seiten internationaler Investoren, die in den vergangenen Jahren große Bestände von der öffentlichen Hand und von Unternehmen erworben haben, ist bisher noch nicht auf deutsche Investoren übergesprungen.

2.1 Geschäftstätigkeit und Konzernstruktur **Geschäftstätigkeit**

Interhyp wurde 1999 in München von Robert Haselsteiner und Marcus Wolsdorf gegründet. Das Unternehmen wird von den Gründern als Co-CEOs geführt und ist im vierten Quartal mit einem Anteil von rd. 2,1% am gesamten Baufinanzierungsgeschäft Deutschlands führender unabhängiger Vermittler von privaten Baufinanzierungen. Neben dem Zugang zu einer Vielzahl potenzieller Kreditgeber und im Vergleich zu herkömmlichen Filialbanken deutlich niedrigeren Zinsen bietet Interhyp Privatkunden in der Baufinanzierung eine persönliche, qualitativ hochwertige Beratung durch spezialisierte Finanzierungsberater. Ziel ist es, das individuell für die Bedürfnisse des jeweiligen Kunden beste Finanzierungsangebot zu ermitteln. Die Beratung baut auf der vom Interessenten in aller Regel online eingegebenen Finanzierungsanfrage auf. Im Beratungsprozess steht jedem Kunden sein persönlicher Berater zur Seite, der ihn während des gesamten Beratungsprozesses begleitet. Die selbst entwickelte, leistungsfähige Softwareplattform eHyp ermöglicht dem Berater einen schnellen und präzisen Abgleich der Informationen mit den individuellen Kreditvergaberichtlinien der einzelnen Finanzierungspartner und sichert hohe Effizienz und optimale Beratungsqualität.

Den Kreditgebern, die mit Interhyp zusammenarbeiten, ermöglicht diese Vorgehensweise ebenfalls eine hohe Effizienz, da die Anfragen nicht bei mehreren Instituten gleichzeitig eingereicht werden. Eine Zusammenarbeit mit Interhyp ersetzt bzw. ergänzt für Produzenten von Baufinanzierungen traditionelle kostenintensive Vertriebswege. Da Interhyp selbst keine Kredite vergibt, trägt das Unternehmen nicht die Zins- und Kreditrisiken des traditionellen Kreditgeschäfts. Hauptumsatzquelle sind Provisionen, die das Unternehmen für jede erfolgreich vermittelte Baufinanzierung von den einzelnen Kreditgebern erhält. Diese Provisionen werden nicht über die Laufzeit des Darlehens verteilt an Interhyp gezahlt, sondern einmalig für das Zustandekommen eines Kreditvertrags vergütet. Zudem erhält Interhyp von den kreditgebenden Geschäftspartnern beim Erreichen bestimmter Volumensziele Sondervergütungen.

Rechtliche Struktur

Neben der Interhyp AG selbst gehören noch drei weitere Unternehmen zur Interhyp-Gruppe. Alle drei Unternehmen sind 100%ige Tochtergesellschaften der Interhyp AG.

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 2005 entfielen 27% des von Interhyp vermittelten Finanzierungsvolumens auf diesen Geschäftszweig.

Die Haselsteiner & Wolsdorf GmbH wurde 1996 von den Interhyp-Vorständen Robert Haselsteiner und Marcus Wolsdorf gegründet. Ziel des Unternehmens ist es, vermögende Privatkunden in allen Finanz- und Vermögensfragen unabhängig, kompetent und fair zu beraten und die besten am Markt verfügbaren Angebote auszuwählen. Im Jahre 2003 wurde die Haselsteiner & Wolsdorf GmbH zu 100% von der Interhyp AG erworben. Die Hausfinanz Beratungsgesellschaft mbH führt derzeit keinen operativen Geschäftsbetrieb aus.

Vertriebswege

Interhyp verfügt über zwei verschiedene Vertriebswege für ihre Vermittlungsdienstleistungen: Die Interhyp AG bietet ihre Vermittlungsdienstleistungen Darlehensinteressenten unter der Marke Interhyp direkt an („Direktgeschäft“). Die Tochtergesellschaft Prohyp GmbH richtet sich an lokale Baufinanzierungsspezialisten und unabhängige Finanzdienstleister, die mit Hilfe von Prohyp als unabhängige Baufinanzierungs-Broker

agieren können („Vermittlergeschäft“). Dieses Segment wird in der Außenwirkung unabhängig von Interhyp unter der eigenständigen Marke Prohyp betrieben.

Niederlassungen

Im Juli 2005 wurden Niederlassungen in Innenstadtlagen von Frankfurt, Hamburg und München eröffnet. Anfang Dezember folgte der Standort Köln, zwei weitere Niederlassungen in Berlin und Stuttgart werden dieses Angebot im Lauf des ersten Halbjahres 2006 ergänzen.

Damit haben Interessenten im Einzugsgebiet dieser Ballungszentren die Möglichkeit, nach der Online-Anfrage im Rahmen eines Gesprächstermins in der Niederlassung auch auf eine persönliche Beratung vor Ort zuzugreifen. Mit diesem erweiterten Service werden zusätzliche Kundenschichten angesprochen, zudem positioniert sich Interhyp in diesen Regionen noch deutlicher als klare Alternative zur traditionellen Hausbank.

Prozesse

Dreh- und Angelpunkt im Direktgeschäft ist die Interhyp-Website (www.interhyp.de). Hier findet der Interessent vielfältige Informationen und Rechenanwendungen rund um die Themenkreise Bauen, Kaufen, Modernisieren und Umschulden und kann sich so in der Orientierungsphase eine ideale Basis schaffen.

Übersicht Niederlassungen Interhyp



* Eröffnung April 2006.
** Eröffnung Juni 2006.

Prozessschritte aus Kundensicht



Informieren



**Anfrage
ausfüllen**



**Unterlagen
zusammenstellen**



**Finanzierung
optimieren**



**Angebot
annehmen**



**Vertrag
unterschreiben**

Hat der Interessent dann einen konkreten Finanzierungsbedarf und möchte die Dienstleistung von Interhyp in Anspruch nehmen, füllt er zunächst das Online-Finanzierungsformular mit seinen persönlichen Angaben aus und übermittelt es an Interhyp. Jeder Interessent bekommt dann seinen persönlichen Interhyp-Finanzierungsberater, der ihn durch den gesamten Finanzierungsprozess führt. Der Finanzierungsberater bespricht mit dem Kunden dessen Zielvorstellungen, beschreibt die noch verbleibenden Schritte im Rahmen des Antragsverfahrens einschließlich der notwendigen Unterlagen und gibt üblicherweise eine erste Indikation für mögliche Zinssätze.

Sobald der Finanzierungsberater die banküblichen Unterlagen erhalten und überprüft hat, kann er mit Hilfe der eHyp-Plattform eine individuelle Analyse der Machbarkeit durchführen. Basis sind mehr als 500 Kreditvergaberichtlinien je Kreditgeber, die im System hinterlegt sind. eHyp macht den Finanzierungsberater auf Faktoren aufmerksam, die die Zahl der zur Verfügung stehenden Kreditgeber oder den angebotenen Zinssatz beeinflussen, und schlägt Möglichkeiten zur Optimierung der Finanzierungsanfrage vor. Das ermöglicht dem Finanzierungsberater die Erstellung einer individuell optimierten Finanzierung. Nach der Generierung aller Angebote wählt der Darlehensinteressent mit Hilfe des Finanzierungsberaters einen passenden Vorschlag für seine Baufinanzierung aus.

Im Anschluss daran erstellt der Finanzierungsberater mit Hilfe von eHyp ein endgültiges Angebot. Bei Annahme durch den Kunden wird der Darlehensvertrag erstellt. Das erfolgt in vielen Fällen stellvertretend für die Bank durch Interhyp. Nach Vertragsunterzeichnung durch Kreditnehmer und Kreditgeber wird das Darlehen gemäß den Vorgaben des Darlehensnehmers ausgezahlt.

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 Direktgeschäft „real-time“ Finanzierungsanfragen prüfen und günstige Angebote finden. Darüber hinaus stehen die 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 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 Endkunden-Kondition ein. Interhyp zahlt den Partnern im

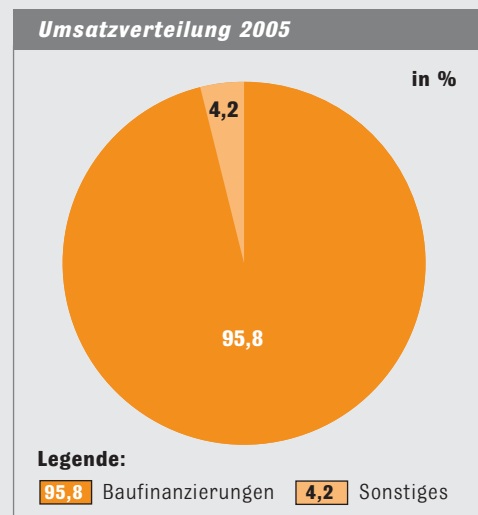
Vermittlergeschäft dann deren Anteil an der Gesamtprovision aus.

Produkte

Interhyp erzielte in 2005 95,8% der gesamten Umsätze durch die Vermittlung von Baufinanzierungen. Sowohl im Direkt- als auch im Vermittlergeschäft stehen eine Vielzahl festverzinslicher, (teil)variabel verzinslicher und anderer spezieller Darlehensformen verschiedener Kreditgeber zur Auswahl. Eine Übersicht der angebotenen Darlehensarten befindet sich auf Seite 100. Mit einem Anteil von 4,2% am Gesamtumsatz bietet Interhyp ergänzend Versicherungsprodukte, insbesondere zur Darlehensabsicherung und Wohngebäudeversicherung, an sowie über die Haselsteiner & Wolsdorf GmbH Dienstleistungen im Bereich der Vermögensverwaltung.

Wettbewerb

Interhyp steht im Wettbewerb um Marktanteile vorrangig mit lokalen Kreditinstituten und Bausparkassen sowie nationalen Geschäftsbanken, seit Mitte des Jahres 2005 auch verstärkt mit regionalen Banken an den Standorten der Niederlassungen. Weitere Wettbewerber sind Direktbanken wie ING-DiBa und Online-Finanzierungsvermittler wie Dr. Klein & Co. und Planethome sowie unabhängige Finanzdienstleister.



Eine Reihe von Wettbewerbern aus dem Bankensektor haben allerdings den Mehrwert des Geschäftsmodells des unabhängigen Vermittlers erkannt und nutzen ihre Wachstumschancen als Produzent, indem sie als Produktgeber mit Interhyp kooperieren.

2.2 Überblick Geschäftsverlauf

April

Bestnoten im FINANZtest-Vergleich von 53 Anbietern privater Baufinanzierungen. Bewertet wurden Produktvielfalt und Zinssätze

Mai

Der neue Markenauftritt der Interhyp wird den Mitarbeitern und der Öffentlichkeit vorgestellt. Auszeichnung „Beste Bank Baufinanzierung“ durch das Finanzmagazin Euro im Vergleich von 40 Anbietern

Juli

Eröffnung der ersten drei Niederlassungen in Frankfurt, Hamburg und München

September

Robert Haselsteiner und Marcus Wolsdorf erhalten die Auszeichnung „Entrepreneur des Jahres 2005“ in der Kategorie Dienstleistung.

Börsengang der Interhyp AG, begleitet von einer Werbekampagne und hoher positiver Presse- resonanz, im Segment Prime Standard der Deutschen Börse AG. Neuer Markenauftritt der

Prohyp GmbH und Überarbeitung der eHyp- Plattform für Vermittler

Oktober

Marketing-Kooperation mit AOL Deutschland startet

November

Prohyp-Roadshow in 16 deutschen Städten, parallel Werbekampagne zur Steigerung der Marken- bekanntheit

Dezember

Eröffnung der Niederlassung Köln
Aufnahme der Interhyp-Aktien in den SDAX der Deutschen Börse AG

Der Geschäftsverlauf von Interhyp war sowohl im Direkt- als auch im Vermittlergeschäft von hoher Dynamik geprägt. Das Wachstum wird dabei von einem kontinuierlichen Ausbau des Marktanteils am Vertrieb von Baufinanzierungen in Deutschland bestimmt. Dieser konnte von 1,4% im ersten Quartal auf 2,1% im vierten Quartal gesteigert werden, während gleichzeitig das Marktvolumen von 36 Mrd. EUR im ersten Quartal auf 50 Mrd. EUR im vierten Quartal anstieg.

Die im dritten Quartal veröffentlichte Erwartung einer leichten Steigerung von Finanzierungsvolumen, Umsatz und Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) für das vierte Quartal konnte erfüllt werden, womit auch die Jahresziele erreicht wurden.

So belief sich das Finanzierungsvolumen für das Gesamtjahr auf 3,0 Mrd. EUR im Vergleich zur Zielsetzung von mindestens 2,8 Mrd. EUR. Der Umsatz nach Vermittlungsprovisionen an Dritte (Rohertrag) lag mit 39,4 Mio. EUR über der Zielgröße von mindestens 37 Mio. EUR. Auch die Ertragsstärke konnte weiter optimiert werden, ein EBIT von 12,9 Mio. EUR gegenüber dem Zielwert von mindestens 12 Mio. EUR wurde erreicht.

2.3 Unternehmenssteuerung

Operative Kennzahlen

In der Finanzierungsberatung (Direktgeschäft 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 erzielte Marge
- das Darlehensvolumen

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 die organische Wachstumsstrategie in der Vermittlung von Baufinanzierungen stellt der Marktanteil, gemessen am Gesamtvolumen des Neugeschäfts mit wohnwirtschaftlichen Darlehen an Privatpersonen in Deutschland, die wichtigste strategische Kenngröße dar. Eine Messung erfolgt auf Grundlage der von der Deutschen Bundesbank veröffentlichten Angaben. Die nebenstehende Grafik beschreibt die Entwicklung des Interhyp-Marktanteils seit 2004.

Finanzkennzahlen

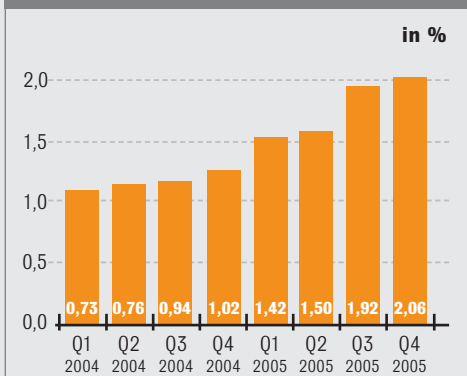
Maßgeblich bei der Umsatzbetrachtung sind die Roherträge, da in den Umsatzerlösen Provisionen für Partner im Vermittlergeschäft enthalten sind, welche sich nicht auf die Erträge bei Interhyp auswirken, sondern an den Partner weitergeleitet werden.

Daher wird auch bei der Rentabilitätsbetrachtung auf die EBIT-Marge, gemessen an den Roherträgen, abgestellt.

Finanzielle Ziele

Interhyp veröffentlichte erstmals zum Neunmonatsbericht 2005 Erwartungen für das vermittelte Baufinanzierungsvolumen, die Roherträge sowie das Ergebnis nach Zinsen und Steuern (EBIT) für das vierte Quartal 2005. Nebenstehend ist ein Soll/Ist-Vergleich dieser Kenngrößen dargestellt.

**Marktanteil Neugeschäft
private Wohnungsbaukredite
(quartalsweise)**



Nichtfinanzielle Ziele

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

Finanzkennzahl	Erwartetes Ergebnis	Erzieltes Ergebnis	Differenz in %
Abgeschlossenes Finanzierungsvolumen	> 2,8 Mrd. EUR	3,022 Mrd. EUR	+7,9 %
Rohhertrag	37 Mio. EUR	39,4 Mio. EUR	+6,5 %
EBIT	12 Mio. EUR	12,9 Mio. EUR	+7,5 %

Strategie der einzelnen Segmente

• Direktgeschäft

Das Direktgeschäft ist auf weiteres Wachstum durch Marktanteilsgewinne auf dem heimischen Baufinanzierungsmarkt ausgerichtet. Dabei wird die Marke Interhyp weiter systematisch gestärkt und soll zum Synonym für die moderne Baufinanzierung in Deutschland ausgebaut werden. Das Kerngeschäft – die webbasierte Vermittlung von privaten Baufinanzierungen – hat sich als überaus erfolgreich erwiesen und bietet

Interhyp weiteres attraktives Wachstumspotenzial. Parallel zur deutlichen Steigerung der Umsatzerlöse führte die Skalierung der bestehenden Prozesse und Strukturen im vergangenen Jahr zu einer weiteren Erhöhung der Profitabilität, die sich in einer EBIT-Marge von 32,9% (gegenüber 11,5% im Vorjahr) zeigt und damit den vom Management angestrebten Zielkorridor von über 30% bereits erreicht hat. Dies ist unter anderem dadurch möglich, dass der einzelne Finanzierungsberater seine Zeit zu einem sehr hohen Anteil auf die Beratung und Betreuung seiner Kunden verwenden kann und keine Kundenakquisition betreiben muss.

Alle Kommunikationsmaßnahmen zur Kundengewinnung richten sich im Schwerpunkt an potenzielle Bauherren und Immobilienkäufer sowie an Immobilienbesitzer, die eine Anschlussfinanzierung benötigen.

Zentrale Prinzipien im Interhyp-Direktgeschäft sind Kundenservice, durchgängige Kundenbetreuung durch einen Finanzierungsspezialisten während des gesamten Prozesses und eine kompetente Fachberatung. Ein zentraler Faktor ist hier die Nutzung der hauseigenen Softwareplattform mit Workflow-Management-Funktionen, Unterstützung bei der Plausibilitäts- und Machbarkeitsprüfung sowie der Ermittlung verschiedener Alternativen für die Finanzierungsstruktur mit individueller Preisfindung in Echtzeit.

Die Niederlassungsstrategie verändert die zugrunde liegenden Prozesse im Direktgeschäft nicht: Nach Eingang der Finanzierungsanfrage wird eine Zuordnung zu einem Finanzierungsberater in der betreffenden Region vorgenommen. Damit hat der Kunde die Möglichkeit, einen Termin zur Besprechung der Finanzierungsdetails mit seinem Berater in der Niederlassung zu vereinbaren.

Strategie der einzelnen Segmente

• Vermittlergeschäft

Ziel der strategischen Ausrichtung der Marke Prohyp ist Wachstum über die Gewinnung weiterer aktiver Partner für die Darlehensvermittlung sowie die Erhöhung des über Prohyp vermittelten Finanzierungsvolumens pro Partner.

Zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Marke Prohyp wurde 2005 der Markenauftritt grundlegend überarbeitet und seit November 2005 werden Roadshows und Schulungsseminare in größeren deutschen Städten durchgeführt.

Prohyp nimmt an den wichtigsten Fachmessen für unabhängige Finanzberater teil. Der neue Markenauftritt wurde flankiert von einer Anzeigenkampagne in Branchenpublikationen.

Die Zahl der aktiven Partner (Vermittler, die in den letzten zwölf Monaten unter Inanspruchnahme der Dienstleistungen von Prohyp mindestens eine Baufinanzierung abgeschlossen haben) konnte 2005 um 121% auf 1.325 Partner gesteigert werden.

Zur Intensivierung der Zusammenarbeit mit bestehenden Partnern wurden die Key-Accounting-Aktivitäten verstärkt und die Internetplattform grundlegend überarbeitet. Hier sollen vor allem der deutlich erhöhte Funktionsumfang und die weitreichenden Unterstützungsfunktionen für die tägliche Arbeit der Finanzierungsvermittler vor Ort dazu beitragen, dass Prohyp-Dienstleistungen häufiger genutzt werden.

Innerhalb des Vermittlergeschäfts werden aktive Partner u. a. nach dem vermittelten Baufinanzierungsvolumen pro Jahr, der Konvertierungsquote und personellen sowie technischen Voraussetzungen entsprechend kategorisiert und betreut.

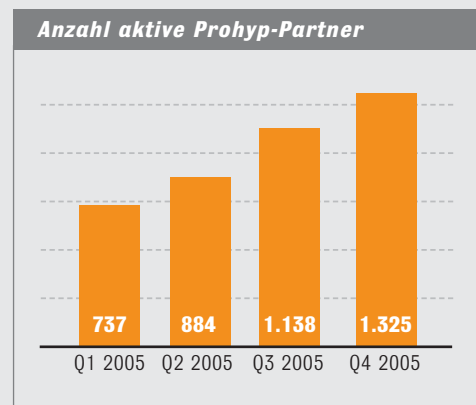
Strategie der einzelnen Segmente

• Haselsteiner & Wolsdorf GmbH

Die Haselsteiner & Wolsdorf GmbH ist als Vermögensverwalter unter § 32 des Gesetzes über das Kreditwesen bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) registriert und betreut gehobene Privatkunden im Rahmen von Verwaltungsmandaten in allen Fragen der Anlage- und Vorsorgestrategie. Dabei setzt H&W schwerpunktmäßig Investmentfonds der weltweit führenden Asset Manager ein.

2.4 Organisation

Interhyp besitzt eine zentrale Führungsstruktur mit zwei gleichberechtigten Vorständen (Co-CEOs),



gleichzeitig aber einer klaren Trennung der Zuständigkeitsbereiche für einzelne Ressorts.

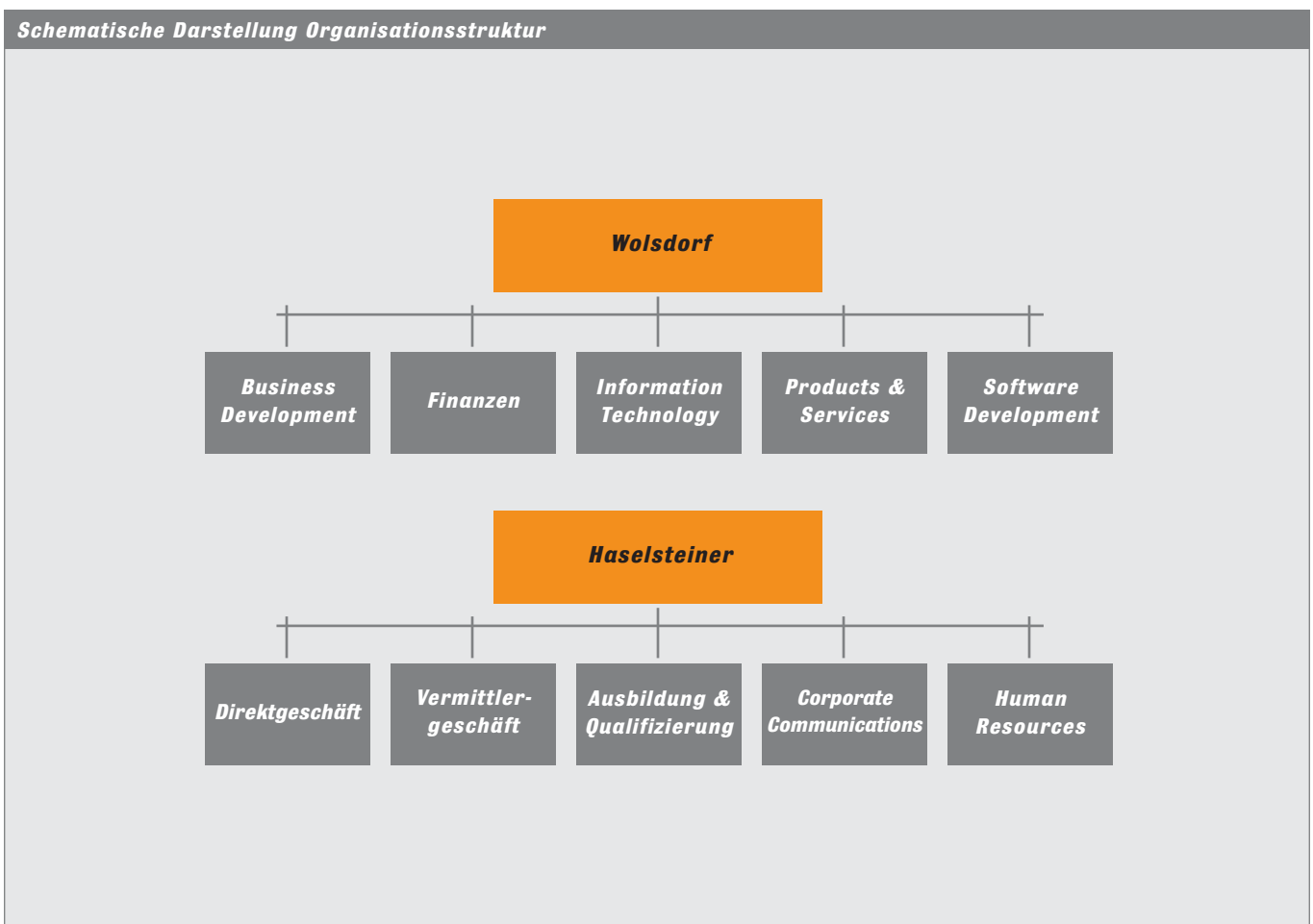
Vergütungssystem

Das Vergütungssystem in den Vertriebsbereichen sieht sowohl für das Direktgeschäft als auch das Vermittlergeschäft ein fixes Grundgehalt vor sowie eine zusätzlich mögliche variable Vergütung. Über den variablen Teil der Vergütung

partizipiert der Finanzierungsberater an den beim Abschluss von Finanzierungen erzielten Provisionserlösen.

Tätigkeiten in anderen Bereichen von Interhyp werden über ein Grundgehalt und einen variablen Leistungsbonus, der einmal jährlich gewährt werden kann, abgegolten.

Schematische Darstellung Organisationsstruktur



Die im Berichtszeitraum neu aufgenommenen Anreizprogramme werden im Folgenden näher dargestellt.

Anreizprogramme

• Mitarbeiteraktienprogramm

Im Rahmen des Börsengangs der Interhyp AG wurde allen fest angestellten Mitarbeitern eine bevorrechtigte Zuteilung von Aktien angeboten. Das Angebot umfasste drei Tranchen:

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

In der zweiten Tranche konnten Interhyp-Aktien zum endgültigen Platzierungspreis im Gegenwert von maximal 5.000 EUR und einem steuerpflichtigen Abschlag von 15% auf den Kaufpreis bevorrechtigt erworben werden. Auch diese Aktien unterliegen einer Sperrfrist bis zum 31. März 2006.

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

Das Mitarbeiteraktienprogramm fand regen

Zuspruch, 189 Mitarbeiter haben an der Zeichnung einer oder mehrerer Tranchen teilgenommen.

Anreizprogramme

• Aktienoptionsprogramm

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

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

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

- von dem Tag an, an dem die Ausschüttung einer Sonderdividende veröffentlicht wird, bis zu dem Tag, an dem die sonderdividendenberechtigten Aktien „Ex-Dividende“ notiert werden

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

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

2.5 Forschung und Entwicklungsaktivitäten

Im Bereich der Softwareentwicklung wurden durch eine redundante Auslegung der Systeme eine weitere Erhöhung der Verfügbarkeit und

Ausfallsicherheit sowie eine nochmals größere Flexibilität für die im ein- bis zweiwöchentlichen Takt stattfindenden Systemerweiterungen geschaffen. Durch die konsequente fortlaufende Eigenentwicklung der Softwaresysteme wurde in den Bereichen des elektronischen Dokumentenarchivs und des verbesserten Trackings der Zugriffe auf die Webseiten eine effiziente und kostengünstige Lösung geschaffen. Das ermöglicht eine weitere Verschlankeung der Prozesse rund um die Übergabe der Finanzierungspakete an die Kreditgeber sowie die Messbarkeit von Marketingausgaben.

Die Aufwendungen für Forschung betragen im Berichtszeitraum 937 TEUR gegenüber 507 TEUR in 2004.

Entwicklungskosten für die selbst erstellte Software eHyp wurden als Vermögensgegenstand bilanziell aktiviert und werden über eine Nutzungsdauer von zwei Jahren abgeschrieben. Im Geschäftsjahr betrug der Wert dieser Entwicklungskosten 319 TEUR, davon wurden 144 TEUR aktiviert.

2.6 Rechtliche Rahmenbedingungen

Die Kerntätigkeit Baufinanzierungsvermittlung ist in Deutschland im Wesentlichen durch die Gewerbeordnung samt dazu erlassenen Verordnungen, insbesondere der Makler- und

Bauträgerverordnung (MaBV), geregelt. Die Gesellschaft und die Tochtergesellschaft Prohyp sind als Darlehens- und Finanzvermittler registriert. Seit Anfang 2005 sind die Muttergesellschaft sowie die Tochtergesellschaften nicht mehr verpflichtet, sich einer jährlichen Prüfung nach § 16 Abs. 1 MaBV zu unterziehen. Die wichtigsten rechtlichen Regulierungen betreffen die Offenlegung bestimmter Informationen gegenüber den Behörden sowie Aufbewahrungspflichten.

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

Die zweiwöchige Widerrufsfrist nach § 495 Abs. 1 BGB und § 355 BGB betrifft grundsätzlich alle Darlehensverträge, die über Interhyp angeboten werden und beeinflusst damit auch den Zeitpunkt, zu dem Interhyp Provisionszahlungen von Finanzierungspartnern erhält.

Interhyp unterliegt außerdem dem Bundesdatenschutzgesetz und dem Teledienstschutzgesetz. Es ist daher ein Datenschutzbeauftragter

benannt, der den Umgang mit personenbezogenen Daten überwacht und sicherstellt, dass die gesetzlichen Anforderungen erfüllt werden.

3. Ertragslage

3.1 Umsatzentwicklung

Die Umsatzerlöse der Interhyp AG beliefen sich in 2005 auf 46,7 Mio. EUR und waren damit 152 % höher als im Vorjahr (18,5 Mio. EUR).

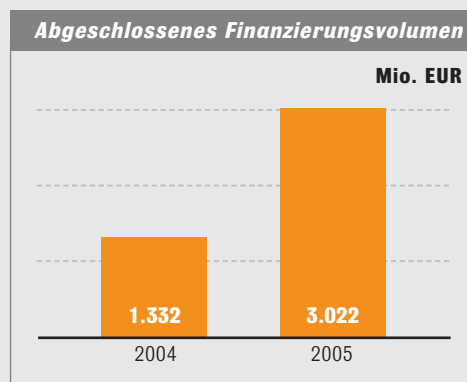
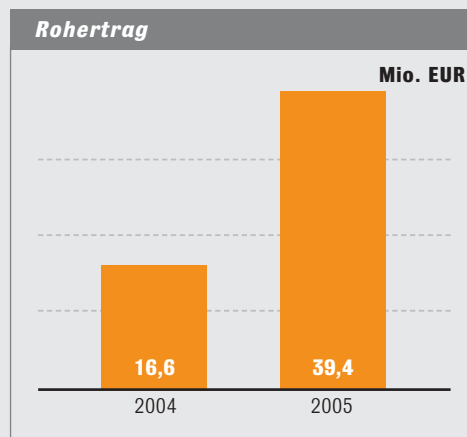
Nach Abzug von Aufwendungen für Provisionszahlungen an Vermittler erwirtschaftete die Interhyp AG im vergangenen Jahr einen Rohertrag von 39,4 Mio. EUR. Damit wuchs diese Schlüsselgröße um 137 % gegenüber dem gleichen Vorjahreszeitraum (16,6 Mio. EUR).

Der Umsatzentwicklung liegt ein deutlicher Zuwachs beim vermittelten Finanzierungsvolumen zugrunde, das auf 3,022 Mrd. EUR gesteigert werden konnte. Das entspricht einem Anstieg von 127 % gegenüber dem Vorjahr (1,332 Mrd. EUR). In 2005 konnten 18.273 Baufinanzierungen vermittelt werden (Vorjahr: 8.118 Baufinanzierungen).

Im Vermittlergeschäft war die um 121 % auf 1.325 gestiegene Zahl der aktiven Partner (Vorjahr: 599 aktive Partner) die Triebfeder hinter dem Volumenanstieg.

3.2 Ergebnisentwicklung

Im vergangenen Jahr erreichte Interhyp eine Rohertragsmarge von 1,25 % im Verhältnis zum abgeschlossenen Finanzierungsvolumen. Damit konnte diese Kenngröße auch bei einem nochmals beschleunigten Volumenwachstum auf dem hohen Niveau des ersten Halbjahres 2005 gehalten werden, im Vergleich zum Vorjahr (1,16 %) ergab sich aufgrund der zunehmenden



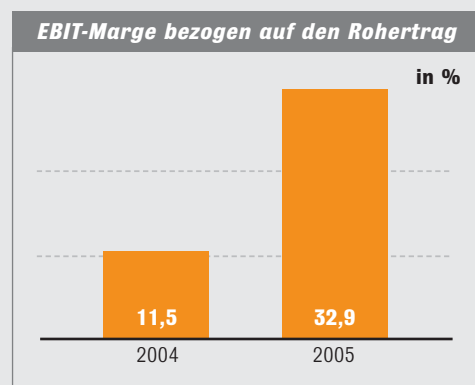
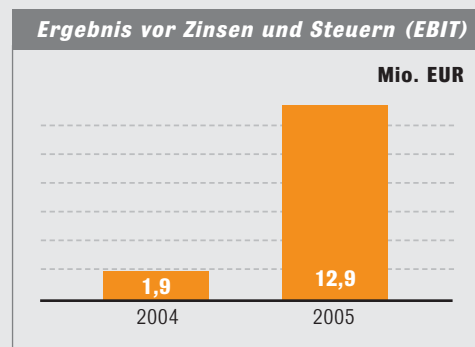
Bedeutung von volumenabhängigen Superprovisionen einzelner Finanzierungspartner sogar ein Anstieg um 0,09 Prozentpunkte.

Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) hat sich gegenüber 2004 (1,9 Mio. EUR) mehr als sechsfacht und liegt bei 12,9 Mio. EUR.

Die auf den Rohertrag bezogene EBIT-Marge lag in der Berichtsperiode bei 32,9% und übertrifft damit nochmals das Niveau des ersten Halbjahrs 2005 (28,1%). In 2004 betrug die EBIT-Marge noch 11,5%. Dies verdeutlicht die mit zunehmender Unternehmensgröße einhergehenden Skaleneffekte auf der Kostenseite. Damit hat die EBIT-Marge in 2005 bereits die kommunizierte Zielregion jenseits der 30%-Marke erreicht.

Bezüglich des Jahresüberschusses ergab sich im Berichtszeitraum ein Sondereffekt, der im Wesentlichen aus der Nutzung bestehender Verlustvorträge aus früheren Jahren entstand. In 2004 wurde dieser Steueranspruch aus Vorsichtsgründen nicht bilanziert, da die Nutzbarkeit der Verlustvorträge an die Platzierungsquote im Börsengang von unter 50% gekoppelt war. Da die Platzierungsquote im Börsengang bei 38% lag, konnte der Verlustvortrag im dritten Quartal ergebniswirksam in Höhe von 2,5 Mio. EUR geltend gemacht werden.

Durch die positive Entwicklung des EBIT, ergänzt um die Effekte beim Steuerergebnis, ergibt sich ein Jahresüberschuss von 13,0 Mio. EUR (2004: 0,5 Mio. EUR).



Basierend auf der durchschnittlichen Anzahl der im Umlauf befindlichen Aktien von 5.944.225 Stück wurde ein unverwässerter Gewinn pro Aktie von 2,18 EUR erwirtschaftet.

Vorschlag zur Gewinnverwendung

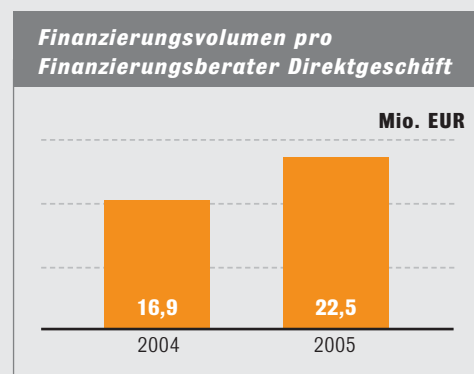
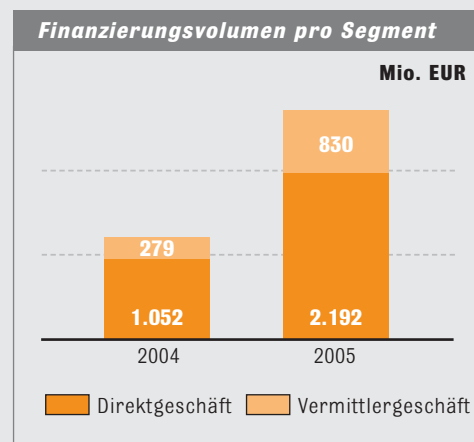
Der erzielte Jahresüberschuss von 13,0 Mio. EUR sowie der Verlustvortrag aus dem Jahr 2004 (9,6 Mio. EUR) führen zu einem Bilanzgewinn von 3,3 Mio. EUR. Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 30. Mai 2005 vor, den Bilanzgewinn auf neue Rechnung vorzutragen.

Bilanzpolitik

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

3.3 Entwicklung der Segmente

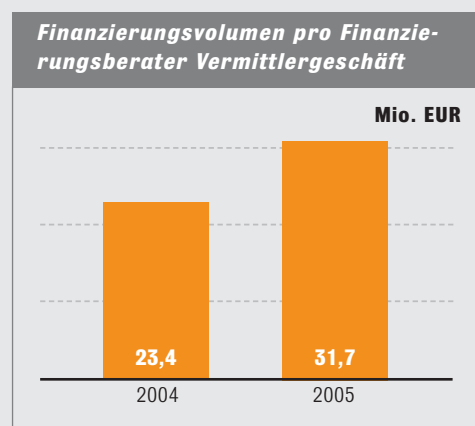
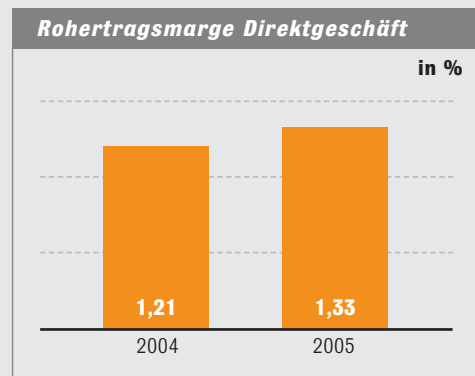
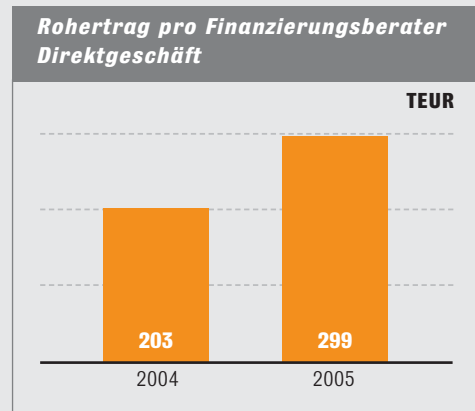
Im Direktgeschäft unter der Marke Interhyp wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Finanzierungsvolumen von 2,192 Mrd. EUR (2004: 1,052 Mrd. EUR) vermittelt. Dem steht ein Volumen von 830 Mio. EUR (2004: 279 Mio. EUR) im Vermittlergeschäft unter der Marke Prohyp gegenüber. Bezogen auf den erzielten Rohertrag entfiel im abgelaufenen Geschäftsjahr 77,5% des Geschäfts (2004: 83,1%) auf das Direktgeschäft, der Anteil des Vermittlergeschäfts stieg entsprechend von 16,9% auf 22,5%. Dieser Zuwachs spiegelt das Potenzial für die Dienstleistung von Prohyp im Vermittlermarkt wider.



Betrachtet man die wichtigsten operativen Kennzahlen für das Direktgeschäft, so ergibt sich ein Bild deutlich gesteigener Pro-Kopf-Produktivität. Nicht nur das erfolgreich vermittelte Finanzierungsvolumen pro Finanzierungsberater im Direktgeschäft hat um 34% auf 22,5 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahreswert von 16,9 Mio. EUR deutlich zugenommen, auch die Roherträge konnten gegenüber dem Vorjahr von 203 TEUR auf 299 TEUR um 47% gesteigert werden. Vor dem Hintergrund der deutlichen Produktivitätssteigerung ist eine deutlich gestiegene Rohertragsmarge von 1,33% (Vorjahr: 1,21%) im Direktgeschäft sehr erfreulich.

Auch im Vermittlergeschäft konnte die Produktivität deutlich gesteigert werden: Das vermittelte Finanzierungsvolumen wurde um 35% von 23,4 Mio. EUR auf 31,7 Mio. EUR pro Berater gesteigert. Die Roherträge pro Finanzierungsberater haben eine deutliche Steigerung um 44% von 233 TEUR in 2004 auf 335 TEUR im Berichtszeitraum erfahren. Im Bereich der Vermögensverwaltung unter der Marke Haselsteiner & Wolsdorf konnte 2005 das verwaltete Vermögen von 58 Mio. EUR um 43% auf 83 Mio. EUR gesteigert werden.

Aus den 341 Verwaltungsmandaten (Vorjahr: 305 Mandate) wurden Umsatzerlöse in Höhe von 1,1 Mio. EUR (2004: 0,9 Mio. EUR) erzielt. Damit entspricht der Anteil von Haselsteiner & Wolsdorf am Gesamtrohertrag nunmehr rund 2,9% (2004: 5,5%). Zum Konzernergebnis konnte das Geschäftssegment einen positiven EBIT-Beitrag von 196 TEUR leisten (Vorjahr: 47 TEUR).



4. Finanz- und Vermögenslage

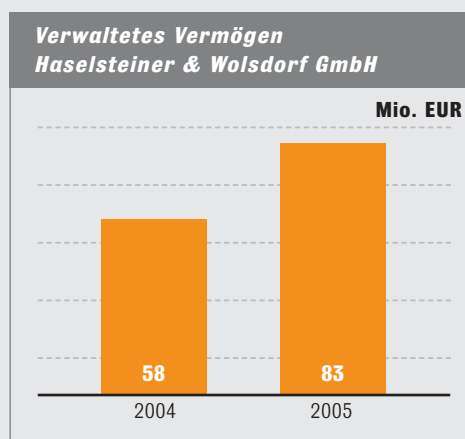
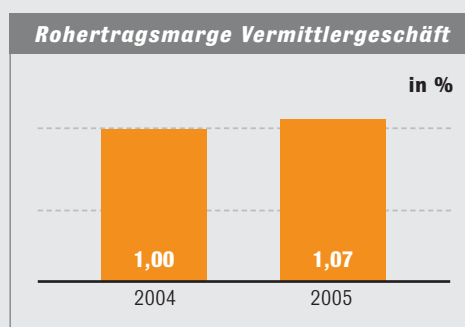
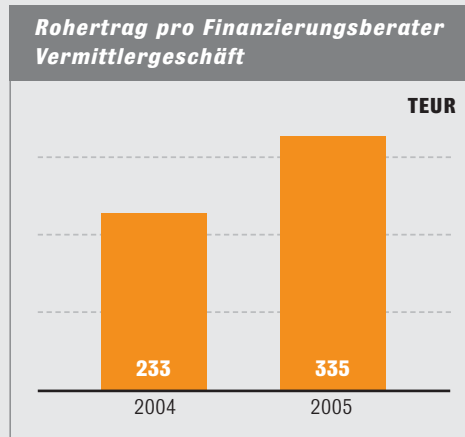
4.1 Bilanz

Die Vermögenslage der Interhyp AG in 2005 war stark geprägt vom Börsengang. Dadurch und durch eine rasch wachsende Geschäftstätigkeit erhöhte sich die Bilanzsumme von 10,3 Mio. EUR per Ende 2004 auf nunmehr 53,1 Mio. EUR.

Der Börsengang und die erwirtschafteten operativen Cash Flows führten zu einem stark gestiegenen Bestand an liquiden Mitteln (33,9 Mio. EUR gegenüber 2,9 Mio. EUR in 2004). Die latenten Steueransprüche in Höhe von 3,5 Mio. EUR werden in Abschnitt III der Erläuterungen zum Konzernabschluss näher erläutert.

Das Grundkapital der Interhyp AG beträgt zum 31. Dezember 2005 6.498.350,00 EUR (Vorjahr: 114.975,00 EUR) und ist eingeteilt in 6.498.350 auf den Namen lautende nennwertlose Stückaktien mit einem rechnerischen Anteil am Grundkapital von je 1,00 EUR.

Die erhöhten Forderungen aus Provisionen (11,9 Mio. EUR gegenüber 4,8 Mio. EUR in 2004) resultieren aus den stark gestiegenen Umsätzen. Die Forderungen bestehen gegenüber Banken, Versicherungen und Bausparkassen mit hoher Bonität. Die Reduzierung der langfristigen Finanzschulden von 3,2 Mio. EUR besteht hauptsächlich in der Tilgung eines Aktionärsdarlehens über 2,9 Mio. EUR zugunsten der Earlybird Venture Capital GmbH & Co. KG. Bedingt durch die erhöhte Umsatztätigkeit in 2005 stiegen die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und



Leistungen von 1,5 Mio. EUR auf 3,4 Mio. EUR an. Die sonstigen Verbindlichkeiten in Höhe von 5,1 Mio. EUR (Vorjahr: 2,3 Mio. EUR) bestehen überwiegend aufgrund von Ansprüchen auf Leistungsboni, Provisionsansprüchen von Vertriebsmitarbeitern und den damit verbundenen Nebenkosten sowie Ansprüchen auf Sonderprovisionen zugunsten von Partnern im Vermittlungsgeschäft. Eine genaue Aufgliederung der sonstigen Verbindlichkeiten findet sich in Abschnitt III der Erläuterungen zum Konzernabschluss in diesem Bericht.

Als Eventualverbindlichkeiten bestehen unter anderem Leasingverpflichtungen für die Büro- und Geschäftsausstattung in Höhe von 0,7 Mio. EUR, wovon 0,5 Mio. EUR innerhalb eines Jahres fällig sind. Es handelt sich dabei ausschließlich um Operating-Leasingverträge.

4.2 Cash Flow

Der starke Cash Flow aus laufender Geschäftstätigkeit (11,2 Mio. EUR gegenüber 2,5 Mio. EUR in 2004) liegt in der gestiegenen Umsatztätigkeit und der damit verbundenen Erhöhung von Forderungen und Verbindlichkeiten begründet.

Der Cash Flow aus Investitionstätigkeit war mit 1,6 Mio. EUR etwas geringer als 2004. Im Vorjahr war er geprägt von Investitionen in Wertpapiere (1,0 Mio. EUR). Im Berichtszeitraum erfolgten stärkere Investitionen in die Geschäftsausstattung – so dass die Investitionen in das Anlagevermögen auf 1,6 Mio. EUR anstiegen

(gegenüber 0,7 Mio. EUR in 2004).

Der Cash Flow aus Finanzierungstätigkeit war vom Mittelzufluss aus der Ausgabe neuer Aktien in Höhe von 29,4 Mio. EUR im Zuge des Börsengangs geprägt.

Die Finanzmittelfonds betrugen zum 31. Dezember 2005 33,9 Mio. EUR, während sie am Anfang des Berichtszeitraums noch bei 2,9 Mio. EUR lagen.

4.3 Investitionen

Die Investitionen inkl. Auszahlungen aus Unternehmenserwerben waren mit 1,8 Mio. EUR unverändert gegenüber 2004. Durch die gestiegenen liquiden Mittel werden in Zukunft weniger Leasingverpflichtungen für die Betriebs- und Geschäftsausstattung eingegangen. Dadurch werden sich die Investitionen erhöhen.

4.4 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 Umschuldung beratend zur Seite zu stehen. Da bei Abschluss einer Prolongationsvereinbarung oder Umschuldung Interhyp für seine Beratungs- und Vermittlungsleistung vom Finanzierungspartner

wieder Provisionen erhält, stellen Kundendaten einen nichtbilanziellen Vermögenswert dar.

4.5 Sonstige immaterielle Werte

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

Die Interhyp AG steht seit Bestehen des Unternehmens in engem, direkten Kontakt zu ihren Finanzierungspartnern. Das gewährleistet ein Produktmanagementteam, das 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. 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.

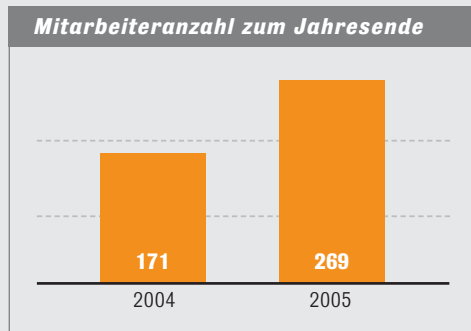
5. Mitarbeiter

Der Personalstamm wurde im Berichtszeitraum um 98 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf 269 Festangestellte ausgebaut und lag damit 57 % über dem Stand per Ende 2004 (171 Mitarbeiter). Schwerpunkt der Einstellungen waren Nachwuchskräfte und erfahrene Finanzierungsberaterinnen und -berater.

Im Geschäftsjahr 2005 waren durchschnittlich 224 fest angestellte Mitarbeiter bei Interhyp tätig, im Vorjahreszeitraum waren es durchschnittlich 157 Mitarbeiter.

Der Personalaufwand belief sich im Berichtszeitraum auf 16,7 Mio. EUR. Das bedeutet eine Steigerung um 78 % gegenüber 2004 (9,4 Mio. EUR).

6. Innovationen



Da Interhyp als Intermediär zwischen Finanzierungspartnern und Endkunden agiert, hat das Unternehmen zwar durch aktive Mitgestaltung und einen engen Dialog mit den Finanzierungspartnern über das Produktmanagementteam Einfluss auf die Entwicklung von Produktinnovationen. Die Produkte werden aber vom Finanzierungspartner selbst umgesetzt und bepreist. Interhyp konzentriert sich im Innovationsprozess auf die Ideenlieferung und auf die Vertriebseinführung. Innovationen, die die Produktvielfalt bei Interhyp vergrößern und entsprechendes Absatzpotenzial besitzen, werden evaluiert, auf der Softwareplattform integriert, in der eigenen Salesforce und bei den Prohyp-Partnern geschult und durch laufende Vertriebsunterstützung vermarktet.

Übersicht Mitarbeiter nach Tätigkeit und Segmenten (jeweils zum Jahresende)

	2004	2005
Vertrieb und vertriebsnah*	139	224
davon Finanzierungsberater**	80	158
- Direktgeschäft**	67	126
- Vermittlergeschäft	13	32
Außerhalb Vertrieb	32	45
Gesamtzahl der Mitarbeiter	171	269

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

** Schließt zum 31. Dezember 2004 sieben und zum 31. Dezember 2005 neun Finanzberater ein, die sonstige Finanzprodukte außerhalb des Baufinanzierungsbereichs vertreiben.

7. Nachtragsbericht

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

Mit Beschluss des Amtsgerichts München vom 9. Januar 2006 wurde der Aufsichtsrat der Interhyp AG neu bestellt. Dr. Christian Nagel (Vorsitzender) und Christian Siegele haben, wie im Wertpapierprospekt zur Börsenzulassung angekündigt, planmäßig ihre Aufsichtsratsmandate niedergelegt. Als Nachfolger konnte Interhyp Peter Mark Droste und Dr. Roland Folz gewinnen. Peter Mark Droste verfügt über umfangreiche Managementenerfahrung im IT-Bereich: So führte er das Europageschäft des CRM-Spezialisten Siebel Systems als Vice President Northern and Central European Sales Operations. Bei Compaq verantwortete er als General Manager und Vice President das Deutschlandgeschäft. T-Com-Bereichsvorstand Dr. Roland Folz leitete zuletzt als Vorstandsvorsitzender die DaimlerChrysler Bank AG und war davor Vorstandsmitglied der DAB Bank AG. In der konstituierenden Sitzung des neuen Aufsichtsrats wurde Peter Mark Droste als Vorsitzender und Dr. Roland Folz als stellvertretender Vorsitzender des Aufsichtsrats bestimmt, Thomas Geiger ist Mitglied des Aufsichtsrats.

8. Risikobericht

8.1 Risikomanagement

Interhyp hat zur Identifizierung, Analyse und Bewertung sowie Steuerung von Risiken ein Risikofrüherkennungssystem eingerichtet. Dies ist neben dem internen Überwachungs- und Controlling-system Bestandteil des Risikomanagementsystems.

In dieses Risikomanagementsystem sind auch die Tochtergesellschaften des Interhyp-Konzerns einbezogen.

Bestandteile des Überwachungssystems im Interhyp-Konzern sind die Systeme des Konzern-Controllings einschließlich Planung sowie ein Workflow-Risikofrüherkennungssystem.

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. Das System unterstützt somit die nachhaltige Sicherung bestehender und zukünftiger Ertragspotenziale, die Sicherung von Wettbewerbsvorteilen sowie die Vermeidung von Vermögensverlusten.

8.2 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 der Risiken erhebt jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Auswahl oder Reihenfolge der Risiken bedeutet ebenfalls keine Aussage über die mögliche Eintrittswahrscheinlichkeit oder Schwere der Einzelrisiken.

Risiken hinsichtlich der Geschäftstätigkeit

- 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 Interhyp-Dienstleistung 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 konzen-

triert, ist Interhyp insbesondere Faktoren ausgesetzt, die sich auf die deutsche Wirtschaft, den deutschen Wohnungsmarkt und die Kreditvergabepraxis in Deutschland auswirken.

Wachstumsrisiken

- Interhyp verfolgt ein bisher sehr erfolgreiches Recruiting- und Ausbildungskonzept, um den Personalaufbau zu sichern. Es ist derzeit nicht abzusehen, dass der 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 kürzen oder die Zusammenarbeit 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. Es ist derzeit weder eine Entspannung noch eine Erhöhung des Wettbewerbsdruckes zu erkennen.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Ausführungen zu den finanzwirtschaftlichen Risiken finden sich in Abschnitt V. der Erläuterungen zum Konzernabschluss in diesem Bericht.

Rechtliche und aufsichtsrechtliche Risiken

- Für 2006 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.

8.3 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 von Interhyp werden Einzelrisiken eingegrenzt. Aufgrund der positiven Geschäftsentwicklung erscheinen die strategischen Gefährdungspotenziale und Reputationsrisiken begrenzt und beherrschbar.

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

9. Prognosebericht

9.1 Künftige Ausrichtung

Direktgeschäft

Das Direktgeschäft ist auf weiteres organisches Wachstum ausgerichtet und vorbereitet. Gezielte Maßnahmen zur Stärkung der Marke Interhyp sowie eine klare Positionierung im Wettbewerbsumfeld sollen eine steigende Nachfrage nach der Dienstleistung von Interhyp sicherstellen. Die Bewältigung einer steigenden Nachfrage soll durch ein diesem Wachstum angepasstes Niveau an Neueinstellungen von Finanzierungsberatern gewährleistet werden. Es wird erwartet, dass sich die Kostenstruktur im Direktgeschäft durch Skaleneffekte nochmals verbessern lässt. Nach der erfolgreichen Startphase des Niederlassungsgeschäfts prüft der Vorstand, inwieweit weitere Ballungsgebiete für die Eröffnung von Niederlassungen in Frage kommen könnten.

Vermittlergeschäft

Die neu positionierte Marke Prohyp, die neue Prohyp-Baufinanzierungsplattform und bundesweite Vermittlerschulungen und Roadshows sollen zur Gewinnung weiterer aktiver Partner führen. Prohyp soll insbesondere für unabhängige Finanzdienstleister und regional tätige Baufinanzierungsvermittler eine unverzichtbare Workflow-Management-, Beratungs- und Scoringlösung werden. Durch gezielte Key-Accounting-Aktivitäten und die Betreuung durch die Prohyp-Finanzierungsberater werden bestehende Partnerschaften intensiviert und weiter ausgebaut. Auch im Vermittlergeschäft soll gezieltes Personalwachstum ausreichende Kapazi-

täten für eine gestiegene Nachfrage nach der Dienstleistung sicherstellen.

Haselsteiner & Wolsdorf

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

Mitarbeiter

Für den Vertriebsbereich wird das Recruiting im Rahmen regelmäßiger Bewerbertage und mit einem strukturierten Auswahlverfahren und unveränderter Zielrichtung, 20 bis 25 neue Vertriebsmitarbeiter pro Quartal zu gewinnen, weiter vorangetrieben.

Künftige Märkte

Mit einem Marktanteil von 2,1% des Neugeschäfts in der privaten Baufinanzierung im vierten Quartal 2005 konzentriert sich Interhyp im Geschäftsjahr 2006 weiterhin auf die enormen Wachstumsmöglichkeiten, die der deutsche Markt für das Geschäftsmodell des unabhängigen Hypothekensmaklers bietet.

Künftige Produkte

Interhyp wird die Entwicklung neuer Baufinanzierungsprodukte durch intensive Gespräche mit aktuellen und potenziellen Finanzierungspartnern fördern. Produktinnovationen im deutschen Baufinanzierungsmarkt könnten zukünftig verstärkt seitens ausländischer Anbieter, die im

deutschen Markt Fuß fassen wollen, vorangetrieben werden. Langfristig könnte dies zur Versorgung einer breiteren Schicht von Privatkunden mit Baufinanzierungsmöglichkeiten führen. Insbesondere ältere Darlehensnehmer, Interessenten mit wenig oder ohne Eigenkapital oder Kunden mit beeinträchtigter Kredithistorie könnten von dieser Entwicklung profitieren.

9.2 Künftige Rahmenbedingungen

Künftige wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Für 2006 erwarten wir bei weiterhin robustem Wachstum in den USA und Asien eine leichte wirtschaftliche Verbesserung in Deutschland, die von einer geringfügig verbesserten Konsumneigung und von stärkeren Investitionen der Unternehmen gestützt werden sollte. Wir erwarten von der US-Notenbank eine weitere Anhebung der Leitzinsen auf 5,00% im ersten Halbjahr und von der EZB eine moderate Anhebung auf 2,75%. Bei den langfristigen Kapitalmarktzinsen sollte das zu weiteren Anstiegen führen. Das Ausmaß von Zinsanstiegen sehen wir aber durch die zu erwartende Abbremsung der US-Wirtschaft im zweiten Halbjahr 2006 begrenzt.

Künftige rechtliche Rahmenbedingungen

Die Europäische Kommission hat 2004 einen Bericht über die Integration der europäischen Baufinanzierungsmärkte veröffentlicht, der Empfehlungen für eine Harmonisierung und Regulierung der europäischen Baufinanzierungsmärkte enthält. Der Bericht schlägt darin erhöhte Offenlegungspflichten insbesondere hinsichtlich

Gebühren, eine obligatorische Berufshaftpflichtversicherung und umfassendere Aufzeichnungspflichten vor. Obwohl diese Maßnahmen – sollten sie entsprechend in eine EU-Richtlinie und nationale Gesetze münden – zu Kostensteigerungen führen könnten, dürfte sich durch die resultierende Marktberichtigung die relative Stärke von Interhyp im Wettbewerb festigen.

In der Branche hat das hohe Interesse an deutschen Wohnimmobilien seitens internationaler Investoren, die in den vergangenen Jahren große Bestände von der öffentlichen Hand und von Unternehmen erworben haben, bisher noch nicht zu einer höheren Aktivität deutscher Investoren geführt. Aus der weiterhin geringen Neubauproduktion, der zunehmenden Professionalisierung des Wohnimmobilienmarktes und den günstigen Finanzierungskosten ergeben sich jedoch gerade in den wichtigen Ballungszentren Performancechancen bei den Immobilienpreisen im nächsten Konjunkturaufschwung. Für 2006 erwarten wir ein Marktvolumen von 160 bis 170 Mrd. EUR.

9.3 Erwartete Ertragslage

Für das laufende Geschäftsjahr 2006 erwarten wir weitere Marktanteilsgewinne. Angestrebt wird eine Steigerung beim Finanzierungsvolumen auf 4,8 Mrd. EUR. Auf dieser Basis halten wir einen Rohertrag von etwa 60 Mio. EUR und ein EBIT von etwa 21 Mio. EUR für realistisch. Für 2006 ist mit einer normalisierten Steuerquote von rund 42% zu rechnen, so dass der Jahresüberschuss entsprechend bei etwa 13 Mio. EUR liegen würde.

9.4 Erwartete Finanzlage

Aufgrund des durch den Börsengang stark gestiegenen Bestands an liquiden Mitteln sind keine langfristigen Finanzierungsmaßnahmen über die Aufnahme von Fremdkapital geplant.

Es wird ein leichter Anstieg zukünftiger Investitionen erwartet, da ebenfalls aufgrund der verfügbaren Eigenmittel kein weiterer Aufbau von Leasingverpflichtungen bei der Geschäftsausstattung angestrebt wird.

Die Liquiditätsposition der Interhyp AG wird sich bei Erreichen des angestrebten Wachstums aufgrund des erzielbaren operativen Cash Flows noch weiter verbessern.

9.5 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.

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. 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 Direktgeschäft als auch im Vermittlergeschäft auszubauen und so überproportional vom erwarteten steigenden Kundenzuspruch für unabhängige Hypothekemakler zu profitieren.

München, den 3. März 2006



Robert Haselsteiner



Marcus Wolsdorf