

Geschäftsbericht 2001 / 2002



trading  house.net

1. Die derzeitige Position der trading-house.net AG

Die Entwicklung der trading-house.net AG wurde mit viel Aufmerksamkeit von der Presse begleitet. Nachdem im Februar 1999 „Der Spiegel“ einen zweiseitigen Bericht über die trading-house.net AG, Deutschlands ersten Daytrading-Anbieter, veröffentlichte, schrieben alle maßgeblichen deutschen Zeitungen über die AG und fast alle Fernsehsender strahlten Berichte über die trading-house.net AG aus.

Seit März 2000 geht es an den deutschen Aktienbörsen bergab, was eine Vielzahl von Anlegern verschreckt und sich insbesondere auf die Zahl der neuen Interessenten ausgewirkt hat. Das Geschäftsjahr 2001/02 konnte jedoch mit einem Gewinn von 28 Cents pro Aktie abgeschlossen werden.

2. Das derzeitige Geschäftsmodell der trading-house.net AG

Die trading-house.net AG vermittelt Kunden an zugelassene Kreditinstitute, bildet Kunden in Seminaren aus und vermietet Chartsoftware und Börsenhandelsplätze in Trading Centern. Im Vordergrund steht die umfassende Betreuung des an der Börse handelnden Kunden. Dem Kunden wird eine Orderroutingsoftware zur Verfügung gestellt, mit der er einen direkten Zugriff auf die Börse hat und innerhalb von einer Sekunde kaufen oder verkaufen kann. Hierbei ist der Kunde unabhängig vom Standort, er benötigt lediglich einen Internetzugang.

Das Geschäftsmodell unterscheidet sich wesentlich von dem einer Direktbank. Der maßgebliche Unterschied ist die Konzentration auf den sehr aktiven Händler, seine Ausbildung und aktive Betreuung. Während Kunden einer Direktbank im Durchschnitt weniger als einmal pro Monat handeln, handeln unsere Kunden 120 bis 140 Mal im Monat. Die Kundenstruktur wird im wesentlichen durch die Auswahl der von der trading-house.net AG angebotenen Produkte erreicht. Nur wenige Direktbanken bieten den direkten Handel mit Wertpapieren an. Aktien kann der Anleger nicht leerverkaufen und die Provisionen im Aktienbereich sind für den sehr aktiven Händler bei den Direktbanken schlicht zu hoch.

Die Selektion der Kunden findet neben der Produktauswahl bereits im Marketing statt. Darüber hinaus zahlen unsere Kunden eine Grundgebühr von etwa 350,- Euro pro Monat, was dazu führt, dass unsere Dienstleistungen nur von Kunden in Anspruch genommen werden, die sehr aktiv handeln.

Unsere Kunden zahlen für Ihre Transaktionen in der Regel weniger als bei einer Direktbank und handeln mit einer wesentlich besseren Software. Darüber hinaus erhalten Sie kostenlose Zusatzleistungen wie zum Beispiel eine Einführung in die Handels- und Chartsoftware und einen fortwährenden Support während des Handels. Die Konzentration auf die aktiven Trader versetzt die trading-house.net AG in die Lage, dem Kunden eine sehr serviceorientierte und überdurchschnittlich wettbewerbsfähige Dienstleistung anbieten zu können.

3. Das Umfeld der trading-house.net AG

In der Boomphase 1999/2000 entstanden rund 50 bis 70 Trading Center in Deutschland, von denen nur noch wenige tatsächlich aktiv sind und über einen nennenswerten Kundenstamm verfügen. Ein Center zu betreiben, schien aus der Sicht vieler Branchenfremder wie die Lizenz zum Gelddruck. Tatsächlich benötigt ein Betreiber von Centern jedoch ein umfangreiches Fachwissen und Branchenkenntnisse. Mangelnde Qualifikation der Betreiber und die ungünstige Marktlage führten in den vergangenen 24 Monaten zu einer Vielzahl von Centerschließungen.

Die Direktbanken konzentrieren sich auf den Aktienhandel, betreiben keine Center, bilden nicht aus und kennen ihre Kunden in der Regel nicht einmal. Die trading-house.net AG kooperiert zwar mit Direktbanken, zu den direkten Mitbewerbern zählen diese jedoch aufgrund des unterschiedlichen Dienstleistungsangebotes nicht.

4. Das möglicherweise zukünftige Geschäftsmodell der trading-house.net AG

- Die trading-house.net AG wird zum führenden deutschen Full-Service-Direktbroker für institutionelle und private Trader -

A) Mit der Gründung oder Übernahme einer Teilbank möchte die AG nicht nur unabhängiger und flexibler werden, sondern möchte das Geschäft auf den b2b Bereich ausweiten.

Während die trading-house.net AG auch zukünftig weiterhin die Akquisition, Schulung und Betreuung der privaten Händler fokussiert, wird die Bank zusätzlich auch anderen Betreibern von Centern als Clearingstelle dienen können. Mit den selbstgemachten Erfahrungen weiß die trading-house.net AG exakt, was ein institutioneller Kunde, der ein Center führt oder führen möchte, benötigt. Das sind unter anderem:

- die Auswahl unterschiedlicher Handelsplattformen mit unterschiedlichen Preismodellen
- Demosysteme zu Trainingszwecken
- die rechtliche Absicherung und die Handhabung der Aufklärungspflichten
- Know-how für den Aufbau eines Centers
- Kundenschutz für Vermittler
- Managed Products / Vermögensverwaltungsprodukte
- operativen Support im Tagesgeschäft
- Interessenten / Kunden
- Marketing- und Verkaufsmaterial
- Charts, News, Seminare, Bücher, Foren....
- Handelssignale und Systeme zur Generierung von Handelssignalen und deren automatische Weiterleitung per SMS oder ins WWW
- Applikationen zur automatischen Ordereingabe

Der **b2b Bereich** wird mit Gründung der Bank einen wesentlichen Anteil am Umsatzwachstum haben. Der b2b Bereich wird sich aus unterschiedlichen sich ergänzenden Modellen bestehen:

1. Aufbau eines Netzwerks unabhängiger Vermittler. Die Hauptaufgabe der Vermittler wird darin bestehen, Interessenten und Kunden für die Center der trading-house.net AG zu generieren.

2. Die trading-house.net AG beteiligt sich an Centern wie zum Beispiel in München, Stuttgart, Düsseldorf und Hamburg mit mindestens 51 Prozent. Diese Standorte dienen zum einen der Generierung eigener Kunden nach dem Frankfurter Modell, zum anderen als Anlaufstellen für freie Vermittler oder andere Kooperationspartner, welche so auf die Struktur der trading-house.net AG zurückgreifen können.
3. Die Bank dient freien Betreibergesellschaften als unabhängige Clearingstelle.

5. Quality of Service

- Der Full-Service-Direktbroker oder die trading-group -

Wesentlich für den weiteren Erfolg der Gesellschaft wird die Abgrenzung zum Discount-Direktbroker sein – einer neuen Generation sehr billiger Broker, die gar keinen Service mehr bieten. Mit diesen Brokern kann und wird die trading-house.net AG nicht konkurrieren. Aus diesem Grund ist die Abgrenzung und der Service, den nur ein Full-Service-Direktbroker bieten kann, sehr wichtig. Die trading-house.net AG hat auf diese Situation mit der Gründung der trading-group reagiert.

Die trading-group, deren Mitglied jeder Kunde der trading-house.net Brokerage wird, bietet dem Kunden eine Vielzahl von zum Teil kostenfreien Zusatzdienstleistungen. Diese, verbunden mit dem im Januar 2003 ins Leben gerufenen Partnerprogramm, werden zum einen dazu beitragen, den Kunden erfolgreicher zu machen und an die AG zu binden. Andererseits wird das Partnerprogramm, bei dem Aktionäre der trading-house.net AG, die gleichzeitig Kunden sind, Festkosten beim Handel sparen können, langfristig Aktien vom Markt nehmen und so das Angebot an freien Aktien verringern und den Kurs der Aktie stützen.

Für die Umsetzung dieses Konzeptes benötigt die trading-house.net AG jedoch erhebliche liquide Mittel, so dass nicht gesagt werden kann, ob oder wann dieses Konzept umgesetzt werden kann.

Meilensteine einer Erfolgsgeschichte

- **März 2003: Veröffentlichung von Handelssignalen unter dem Markennamen „blusignal.com“.**
- **Februar 2003: Das erste Wochenseminar startet: Wall Street Pro**
- **September 2002: Börsengang**
- **September 2002: Analyse von Oppenberg Capital Markets**
- **Juni 2002: Der trading-house.net newsletter erscheint täglich mit Marktkommentaren**
- **Am 30.6.2002 endete das erste Geschäftsjahr mit schwarzen Zahlen**
- **Dezember 2001: Das Seminar „Professionell Scalping“ gehört von nun an zu den Standardseminaren der trading-house.net Börsenakademie**
- **August 2001: Implementierung einer neuen Handelssoftware „blutrader“.**
- **Juni 2001: Strategische Kooperationen mit Internetportalen**
- **Mai 2001: Einführung bluchart**
Das unter dem Namen bluchart von der trading-house.net AG vermarktete System ist das erste Produkt der zukünftig unter „blu....“ angebotenen Produktpalette.
- **April 2001: Anmeldung der Wortmarken bluchart, blusignal und blutrader beim Deutschen Patentamt**
- **April 2001: Zusammenlegung der Berliner Niederlassungen**
Aus zwei wird eins. Die Ausbildung der Händler fand in der Friedrichstrasse statt, der Handel in der Fasanenstrasse. Um die Betreuung der Händler zu optimieren, haben wir beide Standorte zusammengelegt.
- **Oktober 2000: Einführung „direktbroker“**
Mit direktbroker, einer Handelssoftware für US-Aktien, hat die trading-house.net AG Neuland betreten. **Daytrading in Deutschland mit Aktien.**
- **August 2000: Eröffnung des Trading Centers in Frankfurt am Main**
- **Juli 2000: Erwerb der Internetdomain „direktbroker“**
- **Februar 1999: Bericht des Magazin „Der Spiegel“ und auf n-tv**

Inhaltsverzeichnis

1. Das Unternehmen und die Ziele	8
1.1. Profil	8-9
1.2. Firmenentwicklung	9-11
2. Organisation und Management	12
2.1. Organisation	12
2.2. Geschäftsführung	12-13
3. Geschäftsfelder	14
3.1. Die Produktpalette im Überblick	15
3.1.1. Die Börsenakademie	16-18
3.1.2. Börsenhandel/ Brokerage – trading-group	19
3.1.3. Handelssignale/ blusignal	20
3.2. Joint Venture	21
4. Markt	22
4.1. Gesamtmarkt	22-23
4.2. Markteintritt	24
4.3. Marketing / Vertrieb	24
4.4. Kundenservice / -bindung	25-26
4.5. Öffentlichkeitsarbeit	26
5. Wettbewerb	27
6. Chancen und Risiken	27
7. Lagebericht & Quartalsergebnisse	28-30
8. Bilanz / Anhang	31-36

trading-house.net AG

Das Unternehmen und die Ziele

1998 hat die trading-house.net AG den deutschen Finanzdienstleistungssektor um ein neues Marktsegment bereichert. Das Daytrading. Einen bis dato schier unüberwindbar scheinenden Widerspruch – maximale Automatisierung im Kundengeschäft zu verbinden mit einem Höchstmaß an individueller Kundenbetreuung – hat die trading-house.net AG zu einem höchst lukrativen Geschäftsfeld entwickelt.

Durch die Spezialisierung auf die Ausbildung und Betreuung sehr aktiver privater Investoren zu selbständig, direkt am Handel teilnehmenden (privaten) Börsenhändlern, ist es trading-house.net möglich, diese aufgrund ihrer hohen Handelsaktivität sehr interessanten Kunden umfassend und professionell zu betreuen.

Darüber hinaus verfügen Kunden der trading-house.net AG über Handelsinstrumente und technische Möglichkeiten, die denen von professionellen Börsenhändlern sehr nahe kommen. Einen Luxus, den große Direktbanken derzeit schon aus Gründen des Risikomanagements sich nicht erlauben.

Unter dem Strich zahlt ein Kunde von trading-house.net AG weniger Gebühren pro Transaktion als Kunden der Direktbanken. Das bessere Handelssystem und den Service bekommt der Kunde zusätzlich.

trading-house.net bietet über die reine Betreuung der Kunden hinaus ein breites Spektrum an ergänzenden Dienstleistungen, welche sie entweder selbst erbringt oder sich anderer Partner bedient:

- Seminare
- Brokerage
- Handelsplätze
- Handelssignale als Handelsunterstützung
- trading-group
- Intensivtraining von angehenden Händlern
- Support externer Händler
- Vermittlung von Chartsystemen, Handelssoftware und Kontoverbindungen

Das Unternehmen und die Ziele

Profile

Wie unterscheidet sich die trading-house.net AG von Direktbanken? Die trading-house.net AG ist ein Full Service Direktbroker. Bereits bei der von der trading-house.net AG angebotenen Handelssoftware werden die Unterschiede deutlich. Ein Thema, welches für die Positionierung und das Marketing der Gesellschaft eine hohe Relevanz hat.

Die trading-house.net AG ist ein Anbieter in einer kleinen Marktnische, deren gesamtes Leistungsspektrum jedoch noch zu wenig bekannt ist.

Mit sehr wenig Kapital hat die trading-house.net AG jedoch einen extrem hohen Bekanntheitsgrad erreicht. Die Mehrzahl der deutschen Bevölkerung hat, nicht zuletzt durch die trading-house.net AG, bereits vom Daytrading gehört. Die trading-house.net AG steht nun vor der Aufgabe, den umfassenden Service der Gesellschaft einem breiten Publikum so zu kommunizieren, dass die Vorteile, Kunde der trading-house.net AG zu sein und nicht Kunde eine Direktbank, jedem Anleger, der aktiv an der Börse handelt oder handeln möchte, sofort gegenwärtig werden.

Das Unternehmen und die Ziele

Profil

Die trading-house.net bietet ihren Service deutschlandweit von Berlin und Frankfurt aus an. In Frankfurt ist die trading-house.net AG mit einer Tochtergesellschaft vertreten, an der die AG mit 51 Prozent beteiligt ist.

Die vergangenen Jahre haben gezeigt, dass die ursprünglich geplante Zahl von Standorten nicht nur unnötig ist, sondern die Profitmargen der AG in einem nicht unerheblichen Maße schmälern. Ferner hat die Praxis gezeigt, dass sich die Suche nach fachlich geeigneten Partnern schwieriger darstellt, als ursprünglich angenommen wurde.

Die Zahl der Kunden, die langfristig von einem Platz im Center handeln, liegt 10 Prozent. Die Kunden sind aber grundsätzlich bereit, für Schulungen Entfernungen von mehreren hundert Kilometern zurückzulegen.

Als Konsequenz der gesammelten Erkenntnisse, wurde im bereits im Geschäftsjahr 2000/01 die Zahl der Center auf die Standorte Berlin und Frankfurt begrenzt.

Die Hauptumsätze der AG werden nach wie vor in dem Bereich *Brokerage* produziert.

Der Service am Kunden steht im Vordergrund. Die Abgrenzung zu extrem günstigen Discount Brokern kann nur durch einen umfangreichen Service und einer exakt auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten Dienstleistung verdeutlicht werden. Gleichzeitig wird diese Abgrenzung aber entscheidend zum Erfolg der trading-house.net AG beitragen.

Die Trading Center dienen als Kommunikationspunkte und Anlaufstellen für einen Großteil der Serviceleistungen.

Derzeit sind trading-house.net Schulungs- und Handelscenter an folgenden Standorten zu finden:

- Berlin
- Frankfurt

Firmenentwicklung

Firmengründer ist der heutige Vorstand Rafael S. Müller. Im Rahmen seiner Tätigkeit als Senior Relationship Manager bei Merrill Lynch lernte er zum einen das deutsche und amerikanische Börsensystem, zum anderen aber auch die Bedürfnisse der privaten Anleger in ihren Börsengeschäften intensiv kennen.

Mit Einführung der ersten elektronischen Handelsplattform, die von der Deutschen Börse AG betriebene EUREX, und der Einführung des Order routings in Deutschland konnte Rafael S. Müller seine Geschäftsidee verwirklichen: den Börsenhandel unter professionellen Bedingungen für private Anleger anbieten. Am 09. September 1998 fand der notarielle Gründungstermin der privat finanzierten Aktiengesellschaft statt und Rafael S. Müller wurde zum Vorstand bestellt. Am 07. Oktober 1998 wurde der erste private Börsenhandelsraum Deutschlands in Berlin-Charlottenburg, vier Etagen über der Berliner Börse, eröffnet. In diesem ersten privaten Börsenhandelsraum Deutschlands fanden acht Händler Platz. Die Eintragung der Aktiengesellschaft erfolgte am 20. April 1999. Die stürmische Anfangszeit und das rege Interesse der privaten Anleger, selbst direkt an der Börse zu handeln, machten eine Expansion

unabhängig. Dem Wachstum in der Anfangsphase konnte nur eine Erweiterung der angemieteten Gewerberäume stand halten. Bereits am 30. April 1999 wurde das zweite trading-house in Berlin-Grunewald als eigenständiger Kooperationspartner der trading-house.net eröffnet. Das im trading-house Grunewald erstmalig verwirklichte Kooperationskonzept wurde mit verschiedenen rechtlich eigenständigen Partnern zwischen Juni und Oktober 1999 in Bremen, Hamburg, Bielefeld, Düsseldorf und Berlin-Biesdorf fortgesetzt.



Das Unternehmen und die Ziele

Firmenentwicklung

Das überdurchschnittliche Wachstum wurde jedoch erstmalig durch eine Markenrechtstreitigkeit gebremst, da sich die Momentum Beteiligungsgesellschaft mit Sitz in München, deren Hauptanteilseigner die deutschlandweit bekannte Familie Quandt ist, auf ältere Wortmarkenrechte beruft.

Um die Weiterentwicklung des Unternehmens nicht von einem langjährigen Rechtsstreit mit ungewissem Ausgang abhängig zu machen, entschloss sich die Geschäftsleitung der jetzigen trading-house.net AG einvernehmlich mit der Momentum Beteiligungsgesellschaft zu einigen, und nach einer Aufbrauchfrist in trading-house.net AG umzufirmieren.

Die Umfirmierung offenbarte jedoch auch die Instabilität des bis dahin verfolgten Franchisesystem als Expansionsmodell. Da zwischenzeitlich die Kooperationspartner ein ähnliches Wachstum mit ihren Handelsräumen verzeichnen konnten, nutzten einige die Namensänderung als Vorwand, um die Franchiseverträge außerordentlich zu kündigen. Die trading-house.net befindet sich noch mit zwei ihrer Kooperationspartner im gerichtlichen Streit. Ein Verfahren wurde bislang rechtskräftig gewonnen.

Die ehemaligen Kooperationen spielen in der Expansionsplanung keine Rolle, da sich trading-house.net auf eigene Stärken konzentriert. Im Falle des Obsiegens sind außerordentliche Erträge zu erwarten.

Am 30. Juni 1999 eröffnete die trading-house.net einen Handelsraum in Charlottenburg. Mit 48 Händlerplätzen war und ist es der größte private Börsenhandelsraum Europas. Am 10. November 1999 folgte das trading-house in München.

Durch Vergrößerung des administrativen Bereichs und der Kundenbetreuung sowie dem damit einhergehenden Wachstum des Mitarbeiterstabes, wurden größere Büroflächen bezogen und damit auch die Voraussetzungen für die Einrichtung eines Schulungszentrums für Privatanleger zum privaten Börsenhändler geschaffen.

Am 19. Februar 2000 wurde unter großer Beachtung der Medien die trading-house.net Börsenakademie eröffnet. Ziel der Börsenakademie ist es, den Kunden durch bessere Ausbildung zu größeren Handelserfolgen zu verhelfen und Kunden enger an das Unternehmen zu binden. Dieses Konzept trägt nach kurzer Zeit bereits Früchte, wie die hohe Resonanz auf das Seminarangebot und die positiven Äußerungen der Seminarabsolventen belegen. Das Konzept, in Berlin mit zwei Standorten präsent zu sein, hat sich allerdings als unwirtschaftlich erwiesen. Am Standort Charlottenburg fand im Mai 2001 die Zusammenlegung beider Standorte statt. Bereits im Februar 2001 wurde aus Effizienzgründen das Center in München geschlossen.

Im Juli 2000 wurde die Internetdomain <http://www.direktbroker.de> von der trading-house.net AG erworben. Im Oktober 2000 hat die trading-house.net AG eine Handelssoftware für US-Aktien eingeführt. Die Software wird unter dem Name direktbroker vermarktet.

Im August 2000 hat die trading-house.net AG mit einem Partner in Frankfurt die trading-house.net GmbH, Frankfurt gegründet. Die Frankfurter GmbH betreut seitdem Kunden in Mittel- und Westdeutschland. Das monatliche Betriebsergebnis der GmbH ist ausgeglichen.

Im Februar 2001 wurde für den süddeutschen Raum die trading-house.net Freiburg GmbH gegründet. Dieser Standort wurde aufgrund interner und strategischer Gründe bereits im Juni 2001 wieder geschlossen. Die während der viermonatigen Arbeitsphase der GmbH für die trading-house.net AG angelaufenen Umsätze konnten die Investitionskosten in etwa abdecken.

Im April 2001 wurden die beiden Berliner Niederlassungen der trading-house.net AG zusammengelegt. Der Mietvertrag konnte aufgelöst werden. Neben erzielten Kosteneinsparungen war die Nähe der Kundenbetreuer zu den am Standort handelnden Kunden mit ausschlaggebend. Die seit der Zusammenlegung gesammelten Erfahrungen haben die Strategie bestätigt. Die Förderung der Händler wurde optimiert und auf Kundenbedürfnisse kann schneller eingegangen werden.

Im April 2001 hat die trading-house.net AG die Begriffe blutrader, bluchart und blusignal als Wortmarken beim Patentamt angemeldet. Die Wortmarken sind in der Zwischenzeit eingetragen worden.

Im Mai 2001 hat die trading-house.net AG eine Kooperation mit der Tenfore GmbH geschlossen, mit dem Ziel, Kunden eine eigene kostengünstige Chartsoftware zur Verfügung stellen zu können. Die Software ist seit Mai unter dem Namen **bluchart** auf dem Markt und bietet dem Kunden ein sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis.

Im Juni 2001 konnten eine Reihe von Werbepartnern gewonnen werden, bei denen Banner platziert wurden. Im Austausch hat die

trading-house.net AG deren Banner auf der eigenen Homepage platziert.

Im Juni 2001 wurde erstmalig auch die neue Handelssoftware blutrader der Öffentlichkeit vorgestellt. blutrader ersetzt weitgehend die technisch veraltete Plattform von Interactive Brokers. Die Plattform blutrader bietet dem Händler erhebliche Vorteile gegenüber der bislang genutzten Software. So können Kunden jetzt beispielsweise Ordervarianten nutzen, die die Börse in der Form nicht vorsieht: beispielsweise „Stop Market“ oder „Market if touched“.

Im Dezember 2001 wurde auf Grundlage neuer Entwicklungen das Seminar „Professional Scalping“ entwickelt und ist seitdem fester Bestandteil des Seminarprogramms.

Das Geschäftsjahr 2001/02 war geprägt von weiteren Kostensenkungen, so dass neue Ideen und Entwicklungen – wenn überhaupt – nur sehr langsam umgesetzt werden konnten. Aufgrund der Einsparungen konnte das Geschäftsjahr 2001/02 jedoch mit einem kleinen Gewinn abgeschlossen werden.

Die zunächst offene Frage, ob die von trading-house.net AG angebotene Dienstleistung eine genehmigungspflichtige Anlage- oder Abschlussvermittlung nach § 1 Abs. 1a. Zif.1 KWG i.d.F. vom 8. Dezember 1999 ist, hat das Bundesaufsichtsamt für das Kreditwesen (BAKred) mit der Pressemitteilung vom 16. November 1999 dahingehend beantwortet, dass für diese Dienstleistung eine Erlaubnispflicht nach § 32 KWG besteht.

Damit ist der trading-house.net ihr wesentlicher Unternehmensaufbau, Unternehmensstruktur und damit einhergehend auch die personelle Besetzung ihrer Geschäftsführung vom Gesetz vorgegeben.

Entsprechend den gesetzlichen Vorgaben hat trading-house.net ihr Unternehmen so organisiert, dass das Management aus einem Vorstand besteht, der aus Sicht des Unternehmens und des Aufsichtsrates den Anforderungen der Aufsichtsämter entspricht.

Als wichtigster organisatorischer Bestandteil ist an dieser Stelle der Compliance Officer zu nennen. Die Funktion des Compliance Officers wird vom Vorstand besetzt.

Damit trägt die trading-house.net den Gesetzesvorgaben des KWG und des WpHG Rechnung, welches Finanzdienstleistungs-

instituten und Wertpapierdienstleistungsunternehmen verpflichtet, dass die Verhaltensregeln der §§ 31 bis 34a bei den Geschäftstätigkeiten durch einen Compliance Officer überwacht werden.

Den Umfang der Überwachungstätigkeit hat das Bundesaufsichtsamt für den Wertpapierhandel (BAWe) in seiner Compliance-Richtlinie vom 08. November 1999 festgelegt und mit seiner Richtlinie vom 23. August 2001 in Kraft gesetzt. Danach ist für jedes Wertpapierdienstleistungsunternehmen ein Minimum an organisatorischen Maßnahmen (Basis-Compliance) gefordert. Der Umfang der Maßnahme richtet sich nach der Größe, Geschäftstätigkeit und Struktur des jeweiligen Unternehmens. Die Anforderungen an den Umfang steigen demnach mit der Umsatzsteigerung oder der Produktdiversifikation.

Der momentane Geschäftsumfang der trading-house.net erfordert gemessen an der Richtlinie die Basis-Compliance. Da gegenwärtig das Antragsverfahren der trading-house.net beim BAKred läuft, hält sie die gesetzliche Anforderung durch eine Haftungsübernahme, die durch die v. Pfetten und Ewaldsen AG in München gewährleistet wird, aufrecht.

Organisation und Geschäftsführung

Geschäftsführung

Der Vorstand besteht aus einer Person. Diese Position ist durch Herrn Rafael S. Müller besetzt. Herr Müller erfüllt in seiner Person unseres Erachtens die gesetzlichen Vorgaben des KWG sowie des WpHG, die eine fachliche Eignung zur Führung eines Finanzdienstleistungs- beziehungsweise Wertpapierdienstleistungsunternehmens fordern. Diesen Anforderungen wird Herr Müller unseres Erachtens aufgrund seiner Ausbildung und seines beruflichen Werdegangs gerecht. Der wesentliche Lebenslauf zur Ausübung und Qualifikation der Vorstandsposition stellt sich wie folgt dar.

Rafael Müller, 37 Jahre, hat sich bereits während seines Studiums der Rechtswissenschaften mit dem Börsenhandel beschäftigt und war studienbegleitend geschäftsführender Gesellschafter



Organisation und Geschäftsführung

Geschäftsführung

der Pallas Gesellschaft für angewandte Kapitalmarktforschung mbH und der DAX Financial Consultant GmbH.

Aufgrund seines geschäftlichen Erfolges bei diesen Unternehmen beendete er das Studium nach bestandener Zwischenprüfung und wurde dann von dem renommierten Bankhaus Merrill Lynch angeworben.

Dort war er zunächst als Financial Consultant für die Betreuung vermögender Privatkunden und mittelständiger Unternehmen zuständig. Im unternehmensinternen Fortbildungsprogramm wurde Rafael Müller zum Senior

Relationship Manager in Genf, London, Frankfurt/Main und Princeton in den Bereichen Wertpapieranalysen, Risikomanagement und Marketing ausgebildet.

Rafael Müller hat die US Börsenlizenz „Serie 3“ und „Serie 7“ sowie die EUREX Händlerprüfung erworben.

In Planung befindet sich die Erweiterung der Vorstandsebene, um den gesteigerten Anforderungen für die Erlaubnis als Finanzinstitut gerecht zu werden, welche die Besetzung der Geschäftsleitung mit mindestens zwei Mitgliedern vorgibt.

Geschäftsfelder

Die Geschäftsfelder der trading-house.net AG unterteilen sich in zwei Segmente:

- **Das eigene Full-Service-Brokerage**
- **b2b Kooperationen**

Die Produktpalette der trading-house.net AG wird in beiden Schulungs- und Daytrading Centern der trading-house.net AG angeboten.

Die trading-house.net AG erhält von den Umsätzen, die bei einem Joint Venture erwirtschaftet werden, lediglich einen Anteil von den Handelsgebühren. Die Erträge aus der Vermietung von Handelsplätzen oder Seminaren verbleiben beim Partner.

Im b2b Bereich gibt es unterschiedliche Arten von Kooperationen.

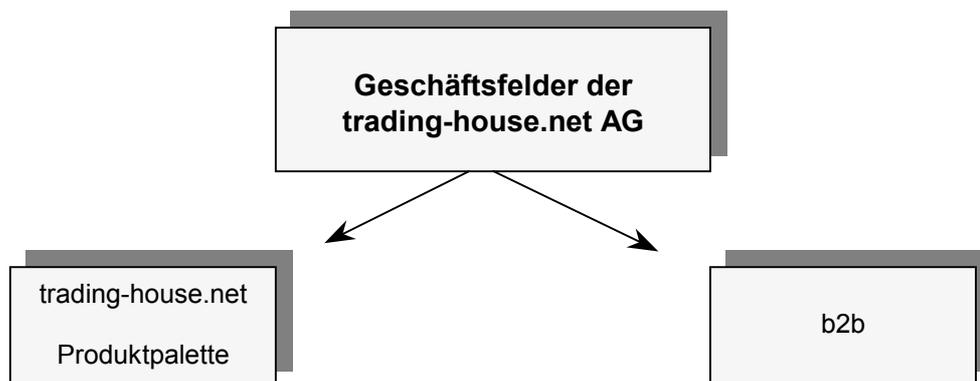
Führt der Kooperationspartner ein Trading-Center, wie beispielsweise die trading-

house.net Frankfurt GmbH, so betreibt der Kooperationspartner ein eigenes Brokerage Business.

Handelt es sich bei dem Kooperationspartner um einen reinen Vermittler, so erhält dieser in der Regel eine einmalige Abschlussprovision.

Im einzelnen stellen sich die Einnahmen der trading-house.net AG wie folgt dar:

- aus **eigenen Centern**: 100 % der Umsätze
- aus **Joint Venture (b2b)**: ausschließlich Provisionsumsätze aus den Kontovermittlungen
- aus **Kooperation (b2b)**: 100% der Umsätze abzüglich einer Einmalprovision für die Vermittlung von Interessenten.



Im Folgenden werden die einzelnen Geschäftsfelder der trading-house.net AG näher dargestellt.

Geschäftsfelder

Die Produktpalette im Überblick

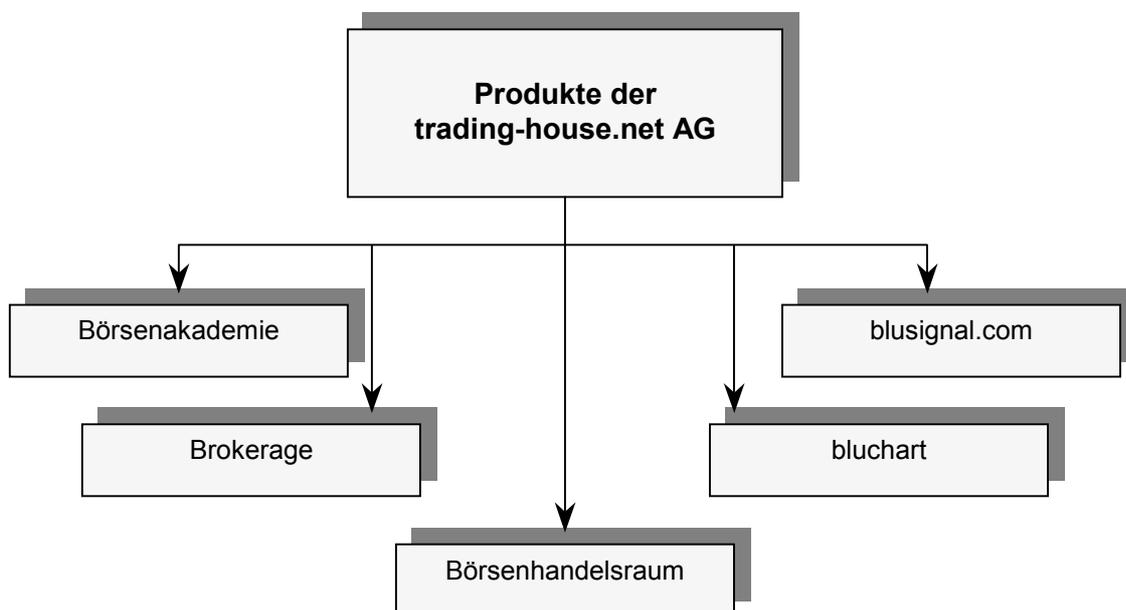
Die trading-house.net AG hat im Laufe der vergangenen Jahre ihre Palette der angebotenen Produkte erweitert. Um dem individuellen Bedarf einzelner Kunden gerecht zu werden, wurden mit Partnern neue Produkte entwickelt und optimiert.

Den ersten Schritt machte die trading-house.net AG mit der Gründung der trading-house.net Börsenakademie im Februar 2000, deren Zweck die optimierte Aus- und Fortbildung von privaten Anlegern zu privaten Börsenhändlern ist.

Für entscheidungsfreudige, kurzfristig orientierte Anleger bietet die trading-house.net AG in ihren Handelsräumen Kunden optimierte Handelssignale an. Diese dienen

dem Händler als Unterstützung bei seinen Kauf- und Verkaufsentscheidungen.

Die Übermittlung der Handelssignale über das Internet zu den zu Hause handelnden Kunden befindet sich zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Dokumentes in der Testphase. Ab März sollten die Signale von blusignal.com online verfügbar sein.



Auf den folgenden Seiten sind die einzelnen Produkte der trading-house.net AG beschrieben.

Geschäftsfelder Die Börsenakademie

Die Börsenakademie stellt einen sehr wichtigen Baustein in der Gesamtstruktur der trading-house.net AG dar.

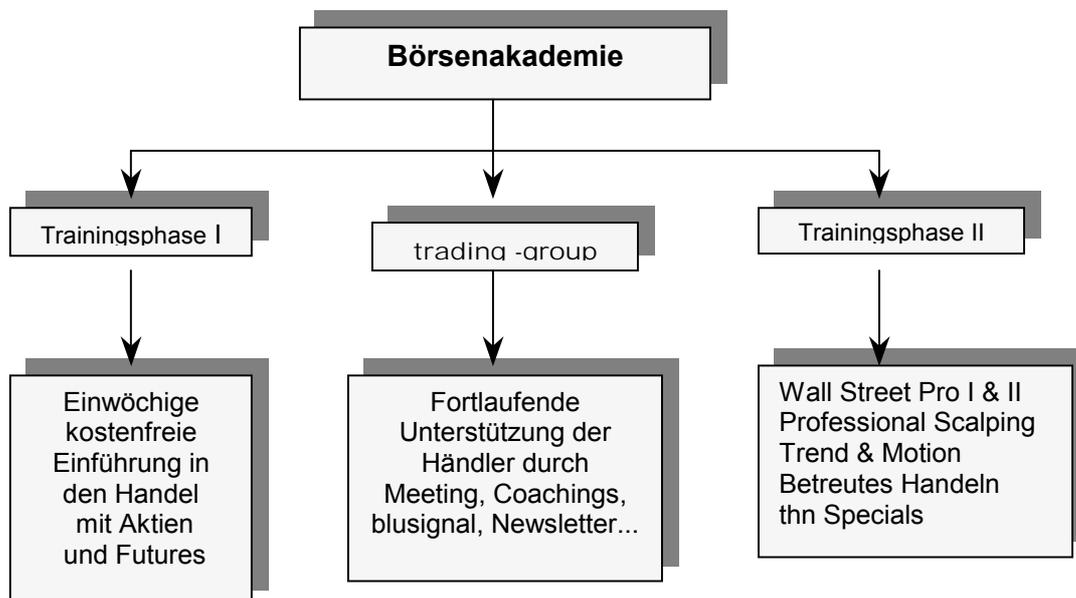
Nur durch eine qualifizierte Ausbildung und Betreuung kann der systematische und erfolgreiche Einstieg der Kunden in den von professionellen Händlern dominierten Terminmarkt beziehungsweise Daytradingbereich erfolgen.

Über die Qualität der Ausbildung bezweckt die trading-house.net AG unter anderem auch den Ausbau des Marktvorsprungs gegenüber ihren Mitbewerbern.

Das Angebot der Börsenakademie untergliedert sich in kostenlose Kurse (z.B. Trainingsphase I) und kostenpflichtige Seminare (Trainingsphase II)

Die Veranstaltungen sind auf den jeweiligen Wissenstand der Kunden abgestimmt und darauf ausgerichtet, das entsprechende Know-how zu vermitteln, um dauerhaft erfolgreich am Markt agieren zu können.

Die Bausteine der Börsenakademie im Überblick



Auf den folgenden Seiten sind die Bausteine der Börsenakademie näher erläutert.

Die Trainingsphase I

Die Trainingsphase I der trading-house.net AG ist der Grundbaustein der Börsenakademie und bestimmt einen Großteil des Erfolges der trading-house.net AG.

Der Kurs ist für den Interessenten kostenfrei und dauert eine Woche. Die Hemmschwelle, den Kurs zu besuchen, ist extrem niedrig und er trifft auf eine große Resonanz bei den Interessenten. Der Kurs wird in Berlin und Frankfurt wöchentlich durchgeführt.

Inhaltlich deckt der Startup Kurs eine Reihe von Themenkreisen ab:

- Präsentation der trading-house.net AG
- Aufklärung über die mit dem Daytrading verbundenen Risiken
- Systematik des Aktien- und Futurehandels
- Einführung in unterschiedliche Order Routing Softwaresysteme
- Grundlagen der technischen Chartanalyse
- Einführung in verschiedene Chartanalyse-systeme
- Persönliche Planung des weiteren Ausbildungsweges

Kostenlos – aber nicht umsonst, so die Meinung vieler Teilnehmer nach der Veranstaltung, bei der in der Regel die von den Interessenten gesetzten Erwartungen weit übertroffen werden.

Ein gutes Image, welches sich einprägt.

Die Qualität der Trainingsphase I wird von der trading-house.net AG kontinuierlich überarbeitet und verbessert. Ziel des Kurses ist es, den Interessenten möglichst umfassend über den Bereich Daytrading zu informieren und ihm einen individuellen Weg zum erfolgreichen privaten Börsenhändler aufzuzeigen. Die trading-house.net AG sieht es als Ziel an, diejenigen Interessenten, welche für den aktiven Börsenhandel nicht geeignet erscheinen, bereits in diesem Stadium auszuwählen, um dem Kunden unnötige Kosten zu ersparen.

Die Trainingsphase I ist keine Verkaufsveranstaltung. Sie ersetzt ein ausführliches, individuelles erstes Beratungsgespräch und steigert so die Effizienz bei der Kundengewinnung.

Seminare

Die trading-house.net AG hat mit Gründung der trading-house.net Börsenakademie ein umfangreiches Seminarprogramm entwickelt, welches kontinuierlich überarbeitet und verändert wird. Ziel der Seminare ist es, den Händlern Grundlagen zur Entwicklung eigener Strategien an die Hand zu geben.

Die trading-house.net AG hat sich zur Aufgabe gemacht, die deutsche Börsenlandschaft zu demokratisieren. Demokratisierung in Reinform bedeutet, den Anleger durch Aufklärung und Schulungen sowohl in die Lage zu versetzen, selbständig an der Börse Entscheidungen treffen zu können, als auch diese möglichst kostengünstig und schnell umsetzen zu können. Der Seminarblock nimmt hier einen wesentlichen Raum ein.

Kein von der trading-house.net AG durchgeführtes Seminar wird einen Händler unmittelbar in die Lage versetzen, erfolgreich zu handeln. Vermittelt werden können nur Ansätze und Methodiken, die den Händler durch eigenes Training dazu bewegen sollen, systematisch und so erfolgreich zu handeln.

In den Seminaren werden unterschiedliche Schwerpunkte gelegt, so dass sie für den Teilnehmer sowohl einzeln oder auch als Seminarreihe eine Bereicherung und Ergänzung seines Wissens darstellen. Neben der Möglichkeit, einzelne Seminare zu belegen, kann auch eine vollständige Ausbildung gebucht werden.

Die Trainingsphase II

Hat sich ein Interessent entschieden, mit dem aktiven Börsenhandel zu starten, so belegt er die Trainingsphase II. In den meisten Fällen geschieht dies nach der Teilnahme an der kostenlosen Trainingsphase I. Die Trainingsphase II dauert je nach Vorkenntnissen zwei Wochen bis zu drei Monaten.

Auch die Trainingsphase II besteht aus Theorie und Praxis. In der Praxis trainiert der angehende Händler den Ernstfall. Er sitzt an einem voll ausgestatteten Handelsterminal, verfolgt in Echtzeit die Kurse, analysiert diese und setzt Kauf- und Verkaufsentscheidungen unmittelbar um (Papertrading).

Hierfür stehen ihm fast die gleichen Möglichkeiten zur Verfügung wie dem späteren Händler. Der einzige Unterschied ist, dass die Order nicht an der Börse platziert wird. Während des Handels wird der Kunde durch erfahrene Trainer betreut und auf typische Fehler beim Handel hingewiesen.

Dieser simulierte Handel ist der Teil der Ausbildung, bei welcher der angehende Händler erstmals eigene Strategien entwickelt und ausprobiert. Die so entwickelten Strategien müssen nun gefestigt werden. Der Simulationshandel unterscheidet sich vom

realen Handel, bei dem es für den Händler nicht um sein eigenes Geld geht, insoweit, als dass psychologische und mentale Aspekte das Verhalten des Trainierenden nicht beeinflussen. Sobald der Händler real Verluste oder Gewinne durch sein Handeln produziert, kommen diese Aspekte als wesentlicher Einflussfaktor bei der Umsetzung seiner Strategien zum Tragen. Aus diesem Grund wird jedem Aspiranten empfohlen, über einen möglichst langen Zeitraum zu trainieren. Nur wenn es dem Händler gelingt, seine erworbenen Kenntnisse und die Strategien umzusetzen, wird er in der Lage sein, langfristig erfolgreich an der Börse zu agieren. Aus diesem Grund ist dieses Training wichtigster Bestandteil der Ausbildung zum erfolgreichen privaten Börsenhändler.

Während des Intensivtrainings wird dem Trainierenden nahegelegt, begleitend an den von der trading-house.net AG angebotenen Seminare teilzunehmen, um eine Grundlage für die Entwicklung eigener Strategien zu haben. In der Trainingsphase II sind alle Seminare kostenfrei enthalten

Die trading-group

Die trading-house.net Börsenakademie bildet den Händler aus. Nach der Ausbildung eröffnen die Kunden ein Konto und werden dann als Kunde der trading-house.net brokerage automatisch Mitglied der trading-group.

Die trading-group umfasst eine Reihe kostenfreier Dienstleistungen und Betreuungsmaßnahmen. Durch diese den Handel ergänzenden Dienstleistungen wird der Händler zum einen permanent weitergebildet, zum anderen entsteht eine dauerhafte Kundenbindung. Der erste Schritt ist allerdings die Eröffnung eines Handelskontos.

Die trading-house.net AG ist dem Kunden bei der Auswahl der für ihn und seine speziellen Bedürfnisse geeigneten Bankverbindung oder Brokerverbindung beratend tätig.

Nachdem der Kunde seine Wahl für eine geeignete Bank- oder Brokerverbindung getroffen hat, wird die trading-house.net AG für den Kunden als Anlagenvermittler tätig. Diese Tätigkeit wird durch das Bundesaufsichtsamt für des Kreditwesens reguliert. Im Rahmen dieser Regulierung, welche vom Bundesaufsichtsamt für die Betreiber von Daytrading Centern konkretisiert wurde, findet sowohl das geforderte Papertrading des Kunden statt als auch eine eingehende Aufklärung über die mit dem Daytrading verbundenen Risiken. Kunden, die vorhaben, vom Handelsraum aus zu handeln, werden darauf hingewiesen, dass sie ihre Entscheidungen selbständig treffen sollen und sich nicht von anderen Händler beeinflussen lassen.

Der Kunde erhält, nachdem er sein Konto kapitalisiert hat, die Freischaltung für sein Konto und die Software. Die trading-house.net AG hat ein Team von Mitarbeitern, welches sich um die Betreuung der Kunden während des Handels kümmert. Im Center ist es der jeweilige Centermanager, handelt der Kunde

von zu Hause oder seinem Büro, so steht ihm telefonisch ein qualifizierter Support zur Verfügung.

Als Kunde der trading-house.net brokerage hat der Kunde nun Anspruch auf die Leistungen der trading-group. Diese umfassen zum Beispiel kostenfreie Einzelcoachings, tägliche- und wöchentliche Meetings, den trading-house.net newsletter und blusignal. Es besteht nun ferner die Möglichkeit, diese kostenfreie Mitgliedschaft upzugraden. Nach einem Upgrade enthält die Mitgliedschaft dann zusätzlich die Möglichkeit, alle Seminare zu belegen oder Handelsplätze im Handelsraum zu nutzen.

Im Börsenhandelsraum der trading-house.net AG wird Händlern die Möglichkeit gegeben, sich ausschließlich auf den Handel zu konzentrieren.

Der Centermanager behebt technische Probleme, leistet Hilfestellung bei der Bedienung der Handels- und Chartsoftware und steht dem Kunden für Fragen bei der technischen Abwicklung und Kontoführung zur Seite. Insbesondere Händler mit weniger technischen Vorkenntnissen wissen diesen Service zu schätzen. Aber auch technisch versierte Händler nutzen diese Möglichkeit des betreuten Handelns in ruhiger Atmosphäre.

Der Handelsraum verfügt ferner über ein Loungebereich, welcher zum Austausch von Informationen und Gerüchten, zum Lesen oder einfach nur zum Erholen zur Verfügung steht.

In einem abgetrennten Bereich des Handelsraums findet das Papertrading statt. Hier üben die angehenden Händler und entwickeln persönliche Strategien. Das Training ist eines der wichtigsten Merkmale der trading-house.net AG und unterscheidet die AG maßgeblich von einem herkömmlichen Direktbroker.

Geschäftsfelder

blusignal.com

Die Handelssignale

blusignal.com“ gibt konkrete Kauf- und Verkaufssignale für die wichtigsten Indizes .

Kunden, die im Handelsraum handeln, haben kostenfreien Zugang zu den Monitoren, auf denen die Signale dargestellt werden.

Für die Generierung der Signale werden unterschiedliche Marktindikatoren (z.B. das „Momentum“ oder „gleitende Durchschnitte“) in mathematischen Formeln eingesetzt und die Variablen auf Grundlage historischer Daten optimiert, um so in Echtzeit Kauf- und Verkaufssignale zu erhalten.

Mit blusignal.com werden aktive Händler bei ihren Handelsentscheidungen unterstützt. Das System soll dem Händler die Entscheidung zwar nicht abnehmen, sie jedoch bei ihrer Entscheidungsfindung bestärken.

Insbesondere in den ersten Wochen des Handels ist dies eine sehr wertvolle Unterstützung.

Die trading-house.net AG verspricht sich aufgrund der Signale eine höhere Kundenbindung. Für die Kunden im Handelsraum bilden die Signale einen kostenfreien Zusatznutzen, für Händler anderer Häuser eine Entscheidungshilfe, um zu trading-house.net zu wechseln.

Auch in den USA hat sich gezeigt, dass diese Form der Unterstützung der aktiven Händler von den Kunden gewünscht ist.



Automatisch generierte Handelssignale sind frei von Emotionen. Emotionen sind oft der größte Feind des Händlers. Mit Hilfe der Signale kann der Händler lernen, emotionsfrei zu handeln.

blusignal unterstützt den Händler auf seinem Weg zum Erfolg.

Ab März 2003 werden auch Kunden außerhalb des Handelsraumes die Signale über das Internet empfangen können. Diese werden dann zwar nicht als Chart, jedoch als Matrix sichtbar.

Handelssignale sollten jedoch nicht blind befolgt werden. Durch sehr einfache Maßnahmen kann der Händler das durch die Signale erzielte Ergebnis deutlich verbessern. Wie das geschieht, wird in den Seminaren vermittelt.

Geschäftsfelder

Joint Venture

Die trading-house.net AG will künftig keine eigenen Schulungs- und Handelscenter mehr errichten. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass Center, die von geschäftsführenden Gesellschaftern betrieben werden, kosteneffizienter wirtschaften und ertragsstärker sind. Grund hierfür ist das gesteigerte Engagement eines Unternehmers gegenüber dem eines Angestellten.

Die trading-house.net AG wird ihr erworbenes Wissen um Kundenbedürfnisse, den Aufbau von Schulungs- und Handelscentern sowie ihr Netzwerk und Kundenanfragen Investoren zur Verfügung stellen, welche in ausgesuchten Ballungszentren und Großstädten gemeinsam mit der trading-house.net AG als Partner und Investor ein Center errichten wollen. Die trading-house.net AG schließt hierfür mit der jeweiligen GmbH einen Kooperationsvertrag.

Bei diesen gemeinsamen Centern wird die trading-house.net AG als Hauptanteilseigner 51 Prozent an den hierfür zu gründenden GmbHs halten. Der Investor sollte die Geschäftsführung vor Ort sicherstellen.

Nahezu alle von der GmbH erwirtschafteten Erträge verbleiben in der jeweiligen GmbH. Im Rahmen des Kooperationsvertrags verbleibt jedoch bei der Vermittlung der Kunden an die

jeweilige kontoführende Stelle (Bank oder Broker) ein Teilbetrag der durch die Handelsaktivitäten der Kunden erwirtschafteten Umsätze bei der trading-house.net AG. Dies stellt die Vergütung aus dem Kooperationsvertrag mit der GmbH für die trading-house.net AG sicher. Ferner erhält die trading-house.net AG bei Gewinnausschüttungen 51 Prozent der in der GmbH angefallenen Gewinne.

Die Errichtung weiterer Center wird von der konjunkturellen Entwicklung abhängig gemacht. Erst in der nächsten Euphoriephase werden neue Joint Venture entstehen. Vorgesehen sind drei bis vier Großstädte in Deutschland.

Neben eigenständigen Centern hat die trading-house.net AG b2b Partner, die kein eigenes Brokerage Business haben. Diese Partner vermitteln der trading-house.net AG und deren Kooperationspartnern Interessenten. In der Regel werden die Interessenten aus dem Umfeld der b2b Partner generiert. So wurden Kooperationen mit mehreren Finanzportalen im Internet geschlossen.

Markt**Gesamtmarkt**

Mit einer durchschnittlichen Steigerung von 14,5% jährlich im vergangenen Jahrzehnt, erhöhen die privaten Aktienanleger im deutschen Anlegermarkt kontinuierlich ihre Marktpräsenz. 1999 waren 7,9 % der deutschen Gesamtbevölkerung Aktienbesitzer. Die einzig haltbaren statistischen Zahlen aus verschiedenen Quellen besagen, dass es in den USA ca. 250.000 private Börsenhändler gibt.

Abgeleitet von diesem Wert kann man von einem Schätzwert von ca. 200.000 privaten Börsenhändlern europaweit und ca. 30.000 privaten Börsenhändlern in Deutschland ausgehen.

Mit der Einführung des Electronic-Brokerage sind die Grenzen zwischen Online-Banken bzw. Online-Depotführung verschwommen. Den Börsenhändlern der trading-house.net werden die technischen Vorteile des Daytradings mit Derivaten auch für das Risikomanagement ihrer Aktiendepots geboten.

Daraus ergeben sich folgende Marktpotentiale:

- Ausweitung des Umsatzvolumens der bestehenden Kunden durch Aktienhandel und Kontoführung
- Neukundengewinnung aus dem Börsenhändlerpotential der Online-Banken

Die vergangenen beiden Jahre haben gezeigt, dass ein erheblicher Informationsbedarf für Privathändler als auch für diejenigen, die es werden wollen, besteht. Diese Wissenslücke wird die trading-house.net AG mit ihrem umfassenden Serviceangebot weiter schließen und so die Anzahl der privaten Händler in den eigenen Räumen als auch bundesweit erheblich ansteigen lassen.

Die Verschiebung der Anlagestrategie der Händler in Richtung Electronic-Brokerage

durch die neuen technischen Möglichkeiten werden zunehmen.

Daytrading bedeutet, die Kursschwankungen von Börsenprodukten innerhalb kürzester Zeiträume auszunutzen. Hierbei ist für den langfristigen Erfolg eines Traders entscheidend:

- niedrige Transaktionskosten
- hohe hohe Liquidität des gehandelten Produktes

Gegenüber der Aktie haben andere Börsenprodukte wie Futures und Optionen entscheidende Vorteile:

- wesentlich geringerer Kapitaleinsatz
- große Hebelwirkung des gehandelten Produkts

Der Börsenhändler bewegt sich dabei auf den schnellsten und liquidesten Märkten der Börse: den elektronischen Termin- und Aktienmärkten.

Die bislang schnellste Möglichkeit der Anlage war das Ticket-Order-System der Online-Banken, d.h. den Börsenauftrag auszuführen oder das Ticket via e-mail zum ausführenden Broker zu senden, der den Auftrag dann ausführte und bestätigte.

Nunmehr kann trading-house.net AG den Händlern aufgrund ihres Serviceangebots, einen Direct Access Zugang zum jeweiligen Markt anbieten, der es ermöglicht zu den besten Bid / Ask-Kursen zu handeln. Damit stehen einem privaten Händler erstmals professionelle Rahmenbedingungen für die Orderabwicklung in diesen Märkten zur Verfügung.

Anleger-Trader

Neben dem klassischen Anleger hat sich die Gruppe der privaten Börsenhändler etabliert. Diese sind in erster Linie Händler und keine Anleger.

Die Segmentierung des Anlegermarktes für die trading-house.net erfolgt auf Basis des Handelsverhaltens und den damit verbundenen Bedürfnissen der privaten Anleger im Bezug auf Beratungsintensität, Ausführungsgeschwindigkeit und Gebührenstruktur.

Die Ausführungsgeschwindigkeit und die Gebühren sind für Händler und Börsenhändler von weitaus größerer Bedeutung als für den Anleger, da sie sich auf den schnellsten Märkten der Börse bewegen.

Die prompte, zuverlässige Ausführung ihrer Order und den sekundengenauen Infor-

mationsfluss über die von ihnen gehandelten Produkte ist für den Händler ebenso fundamental wie die kostengünstige Orderabwicklung, da der Händler seine Entscheidung eigenständig und schnell trifft. Unterstützende Beratung im Handel findet nicht statt, sondern Weiterbildung, um die Handelsaktivitäten der Börsenhändler zu optimieren.

Der Markt, auf dem die trading-house.net AG agiert, besteht also in erster Linie aus der Gruppe der aktiven Händler.

Markt Online-Banken

Das weitere Marktumfeld der trading-house.net besteht vor allem aus Online-Banken und Direktbrokern, die Privatkunden über Ticket-Ordering-Systeme den Börsenhandel von zu Hause aus anbieten.

Von dem Angebot der Onlinebanken unterscheidet sich die trading-house.net durch:

- gewachsene Strukturen in der Betreuung privater Börsenhändler
- Kundennähe / Repräsentanzen
- Erfahrung im Umgang und in der Schulung privater Anleger
- hohe Serviceorientierung
- keine Abhängigkeit von einer Bank

Im Direct Access Brokerage werden professionelle Werkzeuge von professionellen Usern gehandhabt. Der private Anleger hat insbesondere durch mangelnde Erfahrung und mangelndes Know-how Nachteile gegenüber professionellen Börsenhändlern. Ein Discount

Broker bietet seinen Service, kostengünstig Wertpapiergeschäfte abzuwickeln, indem der Nutzer einen Teil der Bankendienstleistung selbst übernimmt. Beratung und Service der Kunden entfällt weitestgehend zugunsten günstiger Konditionen. trading-house.net AG gibt dem privaten Anleger das richtige Werkzeug und Know-how in die Hand, um professionell agieren zu können. Denn nach wie vor verwalten 71,2 % der trading-house.net AG-Kunden und Interessenten ihre Konten immer noch über einen Direktbroker.

Eine für Europa vorgelegte Entwicklungsstudie geht von einer langfristig weiterhin positiven Entwicklung aus.

Dies wäre für trading-house.net uneingeschränkt von Vorteil. Die Kostenstruktur eines Discount Brokers kann durch trading-house.net ebenfalls angeboten und mit dem Service eines Electronic-Brokerage Unternehmens mit lokalen Servicepunkten kombiniert werden.

Markt

Markteintritt

Die trading-house.net AG bot beim Markteintritt in einer bis dahin noch schwach besetzten Nische als Innovation das völlig neue Produkt der privaten Börsenhandelsräume an.

Das Transaktionsmodell und das Konzept der Handelsräume sind von Mitbewerbern zwar übernommen worden, trading-house.net AG hat jedoch auf diese Tendenzen schlagkräftig reagiert mit:

- Angebot professioneller Software
- Informations- und Geschwindigkeitsvorteil durch Know-how
- ständig erweiternde Ausbildungsprogramme
- umfassender Service
- qualifizierte Aus- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter
- Gründung der trading-group

Marketing / Vertrieb

Die trading-house.net AG unterscheidet Veranstaltungen zum Zwecke der:

- der Interessentengewinnung
- der Kundenbindung
- des Political Engineering

Die Interessentengewinnung der trading-house.net AG resultiert derzeit aus:

- Öffentlichem Interesse
- Pressearbeit
- Empfehlungen von Kunden und Interessenten

Zur Interessentengewinnung veranstaltet die trading-house.net AG

- Regelmäßige Veranstaltungen
- Werbung in Printmedien
- Internetauftritt
- Kostenlose Einstiegskurse (Trainingsphase I) der Börsenakademie
- trading-house.net Newsletter
- Kooperationen mit Börsen

Weitere Maßnahmen sind geplant.

Die Kunden und Interessenten der trading-house.net AG werden in regelmäßigen Mailings über die Neuerungen, Veränderungen und Ideen der trading-house.net informiert durch:

- trading-house.net Newsletter,
- Einladungen zum Tradertreff
- Versendung des aktuellen Programms der Börsenakademie
- ständig aktualisierte eigene Homepage

Darüber hinaus wird den Kunden / Tradern durch das tägliche Erlebnis des Handelns in den Räumen der trading-house.net AG die entscheidende soziale Komponente geboten, die ein „Wir-Gefühl“ unter den Händlern hervorbringt und so dem Aufbau einer starken Gemeinschaft dient: die Trader empfinden Spaß bei ihrer Arbeit, den sie mit anderen teilen.

Eine weitergehende Bindung schafft ebenso der umfangreiche trading-house.net AG-Kundenservice.

Dieser umfasst die Bereiche:

- Aus- und Weiterbildung
- Betreuung
- Problemlösung

Betreuung

Zwingend notwendig ist der regelmäßige persönliche und telefonische Kontakt der Kundenbetreuer zu ihren Kunden. Die Kundenbetreuer der trading-house.net stehen Kunden und Interessenten während der Handelszeiten für Probleme aller Art zur Verfügung.

Die externen Trader müssen über qualitative Maßnahmen gebunden werden, wie z.B. (lokaler) Vor-Ort-Service, d.h. Einrichtung und

Änderung von Hard- und Software, telefonische Betreuung und kostenfreie Anrufe zum Trader-Desk bei auftretenden Problemen.

Der regelmäßige persönliche und telefonische Kontakt schafft so eine enge Bindung an das Unternehmen und auf der anderen Seite wird der trading-house.net ein genaues Bild über die Kundenwünsche und -probleme vermittelt.

Aus- und Weiterbildung

Die Weiterbildung ist elementarer Bestandteil der Kundenbindung. Die hierdurch vermittelte Kompetenz ist einer der großen Wettbewerbsvorteile der trading-house.net AG. Nur mit langjähriger Erfahrung und qualifiziertem Personal können Kunden in diesem Geschäft weitergebildet werden.

Nur gut ausgebildete Kunden können Gewinne generieren und langfristig als Kunden gehalten werden.

Dies ist höchstes Ziel der trading-house.net AG und Leitgedanke bei der Ausrichtung des Geschäfts.

Markt

Kundenbindung / Service

Problemlösung

beinhaltet Lösung von Problemen:

- im Umgang mit dem Computer
- im Umgang mit Informations- und Handelssoftware
- bei der Kommunikation mit der Bank.

In den Börsenhandelräumen ist der Centermanager für die gesamte Problemlösung verantwortlich und von Kunden jederzeit ansprechbar.

Öffentlichkeitsarbeit

Daytrading hat sich zu einem festen Thema in der Wirtschaftspresse entwickelt und trading-house.net ist erster Ansprechpartner in der Branche.

Kunden und Interessenten erhalten eine tägliche e-mail zur aktuellen Marktsituation, Marktentwicklung und Information über relevante Tagesereignisse.

Die Öffentlichkeitsarbeit besteht derzeit aus folgenden Maßnahmen:

- Presseinformationen zu Innovationen der trading-house.net.
- Presseeinladungen zu Veranstaltungen
- Presseauskünfte/ Presseunterstützung
- regelmäßiger Kontakt zu Journalisten
- Auftritt in Anlegerforen, Auftritte im TV
- Fachvorträge auf Börsentagen
- Erstellung eines Pressearchivs und
- Fachpublikationen

Mit diesem Kundenservice können die Kunden aktiv und direkt in ihrem Handel unterstützt werden und insbesondere Remote Clients in die Händlergemeinschaft mit eingebunden werden.

Wettbewerb

Die trading-house.net hatte rund ein halbes Jahr nach der Eröffnung den ersten Nachahmer in der jetzigen Firma Actior AG. Die Konzeption wurde von Actior der trading-house.net stark nachempfunden.

Seinerzeit wollte die Actior den ersten Handelsraum in Hamburg als Kooperationspartner der trading-house.net eröffnen. Nach dem enormen Ansturm in der Eröffnungsphase des Handelsraumes löste sich die Actior jedoch aus der Zusammenarbeit.

Entgegen der trading-house.net haben sich andere Wettbewerber für das horizontale Franchising entschieden, d.h. ohne weitere Eigenbetriebe. Da die Franchisenehmer aber

nur anfänglich von dem Know-how des Franchisegebers profitieren und ansonsten keinen Mehrwert und Support von der Allianz erhalten, ist der Drang aus dem System auszubrechen nach kurzer Zeit sehr groß.

Von den etwa 50 bis 70 Trading-Centern im Jahr 2000 sind nur noch wenige am Markt als Konkurrenten tätig. Diese Mitbewerber sind zumeist noch „Einzelkämpfer“, die in ihrer Expansion und in ihrem Erfolg aber dennoch beobachtet werden müssen.

Chancen und Risiken

Aus der Betrachtung der Entwicklungsgeschichte des Electronic Brokerage in den USA, stellt sich die zukünftige Entwicklung wie folgt dar:

In den Jahren 1999 und 2000 waren Investoren auf Grund der überdurchschnittlichen Rendite motiviert, sich in diesem neuen Dienstleistungszweig niederzulassen und Handelsräume zu eröffnen.

Die Folge war, dass sich die rechtlichen Rahmenbedingungen derart verschärft haben, dass in einem ersten Schritt nur die Betreiber mit den besten Verbindungen zu Banken und Haftungsübernehmern einen Großteil der Kunden und Interessenten auf sich konzentrieren und es sich damit leisten können, diese Vorgaben zu erfüllen.

Die Bestrebungen von Seiten der trading-house.net gehen dahin, alle erforderlichen Strukturen frühzeitig zu schaffen, um von Anfang an auf alle erdenklichen oder sich abzeichnenden Marktbedingungen vorbereitet zu sein.

Es besteht wie in jedem Wirtschaftszweig die Gefahr, dass Konkurrenten schneller am Markt agieren und den Kunden innovativere Produkte anbieten können.

Dies zu verhindern ist Aufgabe des Managements von trading-house.net und seiner Partner und kann direkt beeinflusst werden, indem trading-house.net AG die selbst auferlegten Anforderungen qualitativ bedingungslos erfüllt, kontrolliert und ständig weiterentwickelt.

Die Jahre 2001 und 2002 haben gezeigt, dass die Börse keinesfalls eine Einbahnstrasse ist. Dennoch, wer sich jetzt am Markt richtig positioniert, wird bei der nächsten Hausse einen markanten Vorsprung haben.

**Sehr geehrte Leserin,
sehr geehrter Leser,**

im folgenden erhalten Sie einen kurzen Überblick über die Lage der trading-house.net AG im Einzelnen mit Kommentaren ...

... zur aktuellen Ergebnis- und Geschäftsentwicklung

Es geht immer besser! Dennoch, wir sind mit der Umsatz- und Gewinnentwicklung des vergangenen Geschäftsjahres zufrieden, obwohl dies eine deutliche Reduzierung des Gesamtumsatzes gegenüber dem Geschäftsjahr 2000/01 darstellt. Entgegen dem Branchentrend der Finanzdienstleistungsinstitute, welche zum großen Teil Gewinnrückgänge verbuchen oder bereits defizitär arbeiten, konnte die trading-house.net AG im abgelaufenen Geschäftsjahr die Gewinnschwelle erreichen. Dies wurde insbesondere durch eine drastische Reduzierung der Kosten erreicht. Gegen Ende des Geschäftsjahres 2001/02 kam es dann sogar noch zu einer leichten Belebung der Nachfrage und einer daraus resultierenden Steigerung bei den Umsätzen. Leider konnte sich dieser Trend im dritten Quartal 2002 nicht fortsetzen. Dies ist insbesondere auf die schwache Verfassung der Börse in diesem Zeitraum zurückzuführen und zeigt erneut deutlich, wie sehr das Ergebnis an der Börsenentwicklung hängt.

Nach wie vor bleibt es also bei der starken Abhängigkeit von der Entwicklung der internationalen Börsen. Kommt es zu weiteren dramatischen Kursrückgängen, so könnte dies die Umsatz- und Ergebnisentwicklung weiter negativ beeinflussen. Auch der Trend, das Trading Center nur zu Trainingszwecken zu nutzen und anschließend von zu Hause aus zu handeln, bleibt ungebrochen. Eine Entwicklung, welche Einfluss auf die Gestaltung bestehender Center hat und die Planung zukünftiger Standorte haben wird. Zunächst aber einige Sätze ...

... zum Börsengang

Zugegeben, die Kurse der trading-house.net Aktie in den ersten Wochen entsprachen nicht unseren Erwartungen. Das Hauptziel des Börsengang hingegen wurde erreicht: Visibility ist das Schlagwort. Übersetzt bedeutet dies, die Wahrnehmung der trading-house.net AG hat sich, und das in dem für die Gesellschaft relevanten Umfeld, vergrößert. Die Zahl der Anfragen von Interessenten hat zugenommen. Wie und ob dies maßgeblich zum Gewinnwachstum beitragen wird, wird allerdings frühestens erst im ersten Quartal 2003 sichtbar werden.

Bei den meisten Börsengängen steht die Akquisition frischen Kapitals im Vordergrund. Das dies bei der trading-house.net AG am 27. September 2002 nicht der Fall war, bedeutet in diesem Fall nur, dass der Zeitpunkt hierfür extrem ungünstig war. Der Bedarf an Kapital ist vorhanden, dazu aber mehr im folgenden Abschnitt ...

... zur finanziellen Situation

Wenn die Akquisition von Kapital mehr kostet, als die Summe der durch Zeichnungen eingenommenen Gelder, dann macht eine Kapitalerhöhung keinen Sinn.

Bis in das Jahr 2000 hinein wuchs die trading-house.net AG auf Kosten der Wirtschaftlichkeit. Sehr frühzeitig, bereits im Frühjahr 2000, wurden erste Pläne ausgearbeitet, wie möglichst schnell die Gewinnzone erreicht werden kann. Der Grund: Verlustbringende Wachstumsunternehmen kamen langsam aber sicher aus der Mode und die Möglichkeit, am Kapitalmarkt Gelder für trading-house.net zu erhalten, ist seitdem begrenzt. Durch die einsetzenden Kursrückgänge an den Weltbörsen wurde schnell klar, dass schwarze Zahlen nur erreicht werden können, wenn der Wachstumspfad vorerst verlassen und die Unternehmensstruktur optimiert wird. Das für die Expansion verantwortliche Management Board wurde in der neuen, flacheren Struktur überflüssig. Während im Frühling 2000 noch zwei von drei Mitarbeitern administrativ und in der Expansion tätig waren, so arbeiten jetzt zwei von drei Mitarbeitern in der Kundenbetreuung / Vertrieb und sind somit direkt für das Geschäftsvolumen der Gesellschaft verantwortlich.

Im Sommer 2001 wurde der Break-even erreicht und das Geschäftsjahr 2001/02 konnte erstmals in der Geschichte der Gesellschaft mit Gewinn abgeschlossen werden. Für das Erreichen der Gewinnschwelle war neben den Umstrukturierungen die Auflösung des Standortes in der Friedrichstraße entscheidend. Eine vom Vermieter gestundete Restschuld wurde im September 2002 vorzeitig zurückgezahlt.

Die trading-house.net AG geht davon aus, dass es auch in den kommenden Jahren schwierig sein wird, Eigenkapital am Kapitalmarkt zu akquirieren, so dass der angespannten Liquiditätssituation nur mit einer positiven Ertragssituation entgegengewirkt werden kann. Bis sich die allgemeine Situation an den Kapitalmärkten entspannt hat, bleibt das Wachstum als Folge wesentlich moderater, als dies noch vor wenigen Jahren geplant war. Kapitalintensive Investitionen werden bis auf weiteres verschoben, was nicht heißt, dass dies Stillstand bedeutet. Mehr dazu aber im Abschnitt ...

... zur Perspektive

Der Gewinn soll bis zum Ende des Geschäftsjahres 2003/04 auf über einen Euro pro Aktie steigen. Dieses ehrgeizige Ziel kann nicht mehr durch Einsparungen erreicht werden. Organisches Wachstum ist notwendig. Hierfür ist eine weitere Steigerung des Bekanntheitsgrades der trading-house.net AG notwendig, die den weiteren Kundenzulauf sichert. Zu diesem Zweck plant die trading-house.net AG im Frühjahr 2003 ein eigenes Presseportal im Internet online zu stellen, welches unter anderem als Werbeträger der AG dienen soll. Ab dem Geschäftsjahr 2003/04 soll das Portal zu Umsatz und Gewinn beitragen. Ferner wird die Produktpalette der trading-house.net AG durch neue Partner erweitert, um dann nahezu alle Wertpapierprodukte abzudecken. Hierzu gehören der Handel mit deutschen Aktien, CFD's oder FOREX Geschäfte. Erhalten bleibt auch zukünftig die Konzentration auf den aktiven Trader, den sogenannten Heavy Trader. Dies wird es der AG auch weiterhin ermöglichen, konkurrenzfähige Preise mit einem erstklassigen Service zu verbinden. Wir hoffen, Ihnen einen kurzen Überblick über die aktuell Lage der trading-house.net AG gegeben zu haben.

Mit freundlichen Grüßen
trading-house.net



Rafael S. Müller
Vorstand

Quartalsergebnisse

Überblick über den Gewinn / Verlust pro Aktie in Euro

Entwicklung innerhalb des Geschäftsjahres 00/01

Quartal	1.Q	2.Q	3.Q	4.Q
Gewinn / Aktie	-0.77	-0,38	-0,33	-0.10

Entwicklung innerhalb des Geschäftsjahres 01/02

Quartal	1.Q	2.Q	3.Q	4.Q
Gewinn / Aktie	0,04	0,04	0,09	0,11

Entwicklung innerhalb des Geschäftsjahres 02/03

Quartal	1.Q	2.Q	3.Q	4.Q
Gewinn / Aktie	0,03*			

Entwicklung vergangener Geschäftsjahre

Geschäftsjahr	98/99	99/00	00/01	01/02	02/03	03/04
Gewinn /Aktie	-1,56	-2,89	-1,28	0,28		

Legende: * Vorläufig

Die Quartalszahlen und jährlichen Ergebnisse beziehen sich auf die zu dem jeweiligen Zeitpunkt eingetragenen Aktienstückzahlen.

<u>BILANZ</u>	1998/99 EUR	1999/00 EUR	2000/01 EUR	2001/02 EUR
<u>Anlagevermögen</u>	128.183,43	206.150,33	158.921,64	109.916,57
Immaterielle Vermögensgegenstände Gewerbliche Schutzrechte u. ähnliche Rechte u. Werte	788,92	2.198,56	4.764,73	5.036,57
Sachanlagen Betriebs- und Geschäftsausstattung	127.394,51	203.951,77	128.656,91	79.380,00
Finanzanlagen Beteiligungen	0,00	0,00	25.500,00	25.500,00
<u>Umlaufvermögen</u>	177.495,22	484.538,32	223.439,70	325.085,67
Forderungen und Sonstige Vermögensgegenstände	116.016,59	130.389,39	167.099,63	267.156,91
Liquide Mittel	61.478,63	354.148,93	56.340,07	57.928,76
<u>Aktive Rechnungsabgrenzung</u>	0,00	7.365,87	6.013,50	3.733,53
<u>Summe Aktiva</u>	<u>305.678,65</u>	<u>698.054,52</u>	<u>388.374,84</u>	<u>438.735,77</u>
<u>Eigenkapital</u>	19.831,17	1.578,38	5.000,00	93.638,63
Gezeichnetes Kapital	51.129,19	156.716,07	256.861,78	257.730,99
Kapitalrücklage	0,00	309.151,59	532.547,73	550.633,53
Bilanzgewinn	-31.298,02	-464.289,28	-784.409,51	-714.725,89
<u>Rückstellungen</u>	9.970,19	38.346,89	41.516,90	51.200,00
<u>Fremdkapital</u>	264.409,08	654.093,81	338.733,93	291.802,27
Verbindlichkeiten ggn. Kreditinstituten	107.281,07	249.609,02	18.548,65	12.680,53
Verbindlichkeiten aus Lieferungen u. Leistungen	48.937,40	223.468,45	193.571,01	168.582,26
Verbindlichkeiten ggn. Unternehmen m. Beteiligungsverh.	0,00	0,00	20.632,57	21.165,35
Sonstige Verbindlichkeiten	108.190,61	181.016,34	105.981,70	89.374,13
<u>Passive Rechnungsabgrenzungsposten</u>	11.468,21	4.035,44	3.124,01	2.094,87
<u>Summe Passiva</u>	<u>305.678,65</u>	<u>698.054,52</u>	<u>388.374,84</u>	<u>438.735,77</u>

<u>GuV</u>	1998/99 EUR	1999/00 EUR	2000/01 EUR	2001/02 EUR
<u>Umsatzerlöse</u>	192.567,63	1.047.052,77	848.514,09	648.585,40
<u>Sonstige betriebliche Erträge</u>	0,00	5.381,31	210.443,13	182.832,62
<u>Summe Erträge</u>	192.567,63	1.052.434,08	1.058.957,22	831.418,02
<u>Materialaufwand</u>				
<u>Aufwand für bezogene Leistungen</u>	0,00	323.378,22	257.654,18	275.080,97
<u>Personalaufwand</u>	21.896,60	492.150,21	462.010,81	205.565,92
<u>Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenst. des Anlagevermögens und Sachanlagen</u>	18.599,33	57.417,72	67.044,75	40.891,01
<u>Sonstige betriebliche Aufwendungen</u>	184.351,28	599.814,38	653.751,73	232.976,02
<u>Abschreibungen auf Finanzanlagen</u>	0,00	0,00	26.216,45	0,00
<u>Sonstige Zinsen und ähnliche Aufwendg. / Erträge</u>	-981,56	12.321,74	7.418,73	6.796,00
<u>Summe Aufwendungen</u>	223.865,65	1.485.082,27	1.474.096,65	761.309,92
<u>Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit</u>	-31.298,02	-432.648,19	-415.139,43	70.108,10
<u>Außerordentliche Erträge</u>	0,00	0,00	95.658,70	0,00
<u>Steuern vom Einkommen</u>	0,00	0,00	0,00	163,16
<u>Sonstige Steuern</u>	0,00	343,08	639,50	261,32
<u>Ergebnis</u>	-31.298,02	-432.991,27	-320.120,23	69.683,62
<u>Gewinn- /Verlustvortrag aus Vorjahr</u>	0,00	-31.298,02	-464.289,28	-784.409,51
<u>Bilanzverlust</u>	-31.298,02	-464.289,29	-784.409,51	-714.725,89

Entwicklung des Anlagevermögens zum 30. Juni 2002

	Immaterielle Vermögensgegenstände	Betriebs- und Geschäftsausstattung	Beteiligungen	Gesamt
	EUR	EUR	EUR	EUR
Anschaffungskosten				
1. Juli 2001	6.085,34	240.893,06	51.000,00	297.978,40
Zugänge	1.091,46	1.379,27	0,00	2.470,73
Abgänge	<u>0,00</u>	<u>-27.528,32</u>	<u>0,00</u>	<u>-27.528,32</u>
30. Juni 2002	<u>7.176,80</u>	<u>214.744,01</u>	<u>51.000,00</u>	<u>272.920,81</u>
Abschreibungen				
1. Juli 2001	1.320,61	112.236,16	25.500,00	139.056,77
Zugänge	819,62	40.071,39	0,00	40.891,01
Abgänge	<u>0,00</u>	<u>-16.943,54</u>	<u>0,00</u>	<u>-16.943,54</u>
30. Juni 2002	<u>2.140,23</u>	<u>135.364,01</u>	<u>25.500,00</u>	<u>163.004,24</u>
Buchwerte				
1. Juli 2001	4.764,73	128.656,90	25.500,00	158.921,63
Zugänge	1.091,46	1.379,27	0,00	2.470,73
Abschreibungen	-819,62	-40.071,39	0,00	-40.891,01
Abgänge	<u>0,00</u>	<u>-10.584,78</u>	<u>0,00</u>	<u>-10.584,78</u>
30. Juni 2002	<u>5.036,57</u>	<u>79.380,00</u>	<u>25.500,00</u>	<u>109.916,57</u>

Anhang für das Geschäftsjahr 2001 / 2002

Allgemeine Angaben zu Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Der Jahresabschluß ist auf der Grundlage der Bilanzierungs- und Bewertungsvorschriften des Handelsgesetzbuches sowie entsprechend den ertragsteuerlichen Vorschriften aufgestellt. Ergänzend zu diesen Vorschriften werden die Bestimmungen des Aktiengesetzes und der Satzung beachtet. Sämtliche Bilanzierungs-, Bewertungs- und Ausweismethoden wurden unverändert beibehalten. Die Posten der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung sind mit denen des Vorjahresabschlusses vergleichbar.

Das Sachanlagevermögen und die immateriellen Vermögensgegenstände wurden zu Anschaffungskosten vermindert um die steuerlich zulässigen Abschreibungen angesetzt. Die Abschreibungen erfolgen linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer.

Die Finanzanlagen werden zu um eine Abschreibung auf den niedrigeren beizulegenden Wert gekürzten Anschaffungskosten ausgewiesen.

Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände sind zum Nennwert angesetzt, erkennbaren Risiken wurde durch Einzelwertberichtigung Rechnung getragen.

Auf eine Pauschalwertberichtigung des Forderungsbestandes ist verzichtet worden.

Bei der Bemessung der Rückstellungen wurden alle bis zur Bilanzaufstellung erkennbaren Risiken und ungewissen Verbindlichkeiten berücksichtigt.

Alle Verbindlichkeiten sind mit ihren Rückzahlungsbeträgen passiviert.

Angaben und Erläuterungen zu Posten der Bilanz

Die Entwicklung der einzelnen Posten des Anlagevermögens ist, ausgehend von den Anschaffungskosten, in einer gesonderten Anlage zu diesem Anhang dargestellt (Anlage I, Blatt 5).

Die sonstigen Vermögensgegenstände beinhalten einen antizipativen Posten von € 160.000 mit einer Restlaufzeit von mehr als einem Jahr, der eine Schadenersatzforderung betrifft.

Das in Deutsche Mark ausgewiesene Grundkapital der Gesellschaft beträgt € 257.730,99 und ist in 252.039 Stückaktien eingeteilt. Aus dem genehmigten Kapital wurden im abgelaufenen Geschäftsjahr Kapitalerhöhungen von € 869,20 vorgenommen, die auf 850 Stückaktien entfielen. Zum 30. Juni 2002 betrug das genehmigte Kapital € 50.018,67.

Aus über den Nennbetrag hinaus gezahlte Beträge bei der Ausgabe von Aktien resultiert eine Kapitalrücklage gem. § 272 Abs. 2 Nr. 1 HGB in Höhe von TEUR 551 (davon Zuführung im Geschäftsjahr 2001/2002: TEUR 18).

Die Sonstigen Rückstellungen setzen sich wie folgt zusammen:

Urlaubsansprüche Mitarbeiter	€	2.900,00
Abfindungsanspruch	€	20.500,00
Prozeßkosten	€	10.000,00
Berufsgenossenschaftsbeiträge	€	500,00
Jahresabschluß- und Prüfungskosten	€	<u>17.300,00</u>
	€	51.200,00

=====

Sämtliche Verbindlichkeiten sind innerhalb eines Jahres fällig.

Die Verbindlichkeiten aus der Lieferung von Waren sind durch die branchenüblichen Eigentumsvorbehalte gesichert.

Angaben zu Haftungsverhältnissen und sonstigen finanziellen Verpflichtungen

Für ein bestehendes Mietverhältnis mit einer Laufzeit bis zum 31. Mai 2004 sind monatliche Verpflichtungen von TEUR 6 zu erfüllen.

Aufgrund einer Aufhebungsvereinbarung wurde ein weiteres Mietverhältnis vorzeitig zum 31. Mai 2001 unter der Bedingung beendet, daß die vereinbarte und in der Bilanz als Verbindlichkeit ausgewiesene Abfindungszahlung von insgesamt TDM 150 in 20 monatlichen Raten von TDM 7,5 ausgeglichen wird. Falls die trading-house.net AG mit ihren Ratenzahlungen in Verzug geraten sollte, wird der seitens des Vermieters gewährte Erlaß einer anerkannten Schadenersatzverpflichtung von insgesamt TDM 1.169 unwirksam. Die noch bestehende Restverpflichtung wurde im September 2002 vollständig zurückgezahlt.

Durch Verträge vom 29. Juni 2001 haben drei Gläubiger gegenüber der Gesellschaft auf Forderungen von insgesamt TEUR 95 gegen Gewährung von Besserungsscheinen verzichtet. Die Forderungsverzichte stehen gleichlautend unter der auflösenden Bedingung, daß die trading-house.net AG die ihr erlassenen Verbindlichkeiten ganz oder teilweise aus zukünftigen Gewinnen oder Liquiditätserlösen befriedigen kann.

Angaben und Erläuterungen zu Posten der Gewinn- und Verlustrechnung

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist entsprechend dem Gesamtkostenverfahren aufgestellt.

Außerplanmäßige Abschreibungen auf den niedrigeren beizulegenden Wert wegen dauernder Wertminderung des Anlagevermögens wurden im Geschäftsjahr nicht vorgenommen.

Sonstige Pflichtangaben

Im Berichtsjahr wurden neben dem Vorstandsmitglied durchschnittlichen fünf feste Mitarbeiter beschäftigt.

Der Aufsichtsrat der Gesellschaft setzte sich am Bilanzstichtag wie folgt zusammen:

Dr. Jan Timmann, Berlin (Vorsitzender)
Christian Spilgies, Berlin (stellv. Vorsitzender)
Gerard Kersten, Berlin

Einziges Vorstandsmitglied ist seit der Gründung der Gesellschaft Herr Rafael Müller, Berlin.

Beteiligungen bestehen an folgenden Unternehmen:

trading-house.net Frankfurt GmbH, Frankfurt am Main
Beteiligung 51% von € 50.000 Stammkapital

trading-house.net Freiburg GmbH, Freiburg im Breisgau
Beteiligung 51% von € 50.000 Stammkapital