

Pressemitteilung

Geschäftsbericht 2017: Hanseatic Bank erneut mit starkem Ergebnis

- Bilanzgewinn von 36,2 Mio. Euro
- Kreditneugeschäft wächst auf 589 Mio. Euro
- Wachstumsmotor erneut EigentümerDarlehen: 410 Mio. Euro Neugeschäftsvolumen
- Cost-Income-Ratio von 38,6 Prozent auf 36,1 Prozent gesenkt

Hamburg, 6. Juni 2018 – „Einfach machen“ – mit dieser klaren Ansage hat die Hanseatic Bank im vergangenen Jahr nicht nur Produkte, Erscheinungsbild und innere Strukturen neu aufgestellt, sondern auch wirtschaftlich Erfolge eingefahren. Im Geschäftsjahr 2017 konnte ein Bilanzgewinn von 36,2 Millionen Euro verzeichnet werden. Das entspricht einem Rückgang um 4,7 Millionen Euro (11,6 Prozent) gegenüber dem Vorjahr, der sich jedoch auf zwei Sondereffekte zurückführen lässt, die das Geschäftsergebnis 2016 positiv beeinflusst hatten. Bereinigt um diese Sondereffekte, stieg der Gewinn vor Ertragsteuern um kräftige 9,1 Millionen Euro auf 42,7 Millionen Euro. Das entspricht einem Plus von 27,2 Prozent. Die Konzentration auf selbsterklärende Produkte und Services, die sich ausschließlich an ihrem Nutzen für die Kunden orientieren, erweist sich damit auch beim Blick auf die Zahlen als die richtige Strategie für die Hamburger Privatbank.

Neugeschäft übertrifft die eigenen Ziele

„Besonders unser EigentümerDarlehen zeigte sich im vergangenen Geschäftsjahr erneut als entscheidender Wachstumsmotor“, sagt Geschäftsführer Michel Billon, verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing und IT bei der Hanseatic Bank. „Mit einem Wachstum um 4,7 Prozent auf 410 Millionen Euro Neugeschäftsvolumen haben wir hier nicht nur einen Rekord aufgestellt, sondern auch unseren eigenen ambitionierten Plan übertroffen.“

Weitere Kernprodukte im Geschäftsjahr 2017 waren das Kreditkartengeschäft sowie Konsumentenkredite mittels Kreditkarten. Das Neugeschäft im eigenen Kreditgeschäft ist mit einem Umsatz von 589 Millionen Euro noch einmal um 3,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Auch die zinsrelevanten Kreditkartenumsätze wiesen mit 167 Millionen Euro Umsatz eine Steigerung von 8,5 Prozent aus. Durch den wachsenden E-Commerce hat sich zudem das Factoring-Neugeschäft weiter positiv entwickelt. Es schloss mit 1.575 Millionen Euro um 5,1 Prozentpunkte höher als noch 2016. Zusätzlich zur Steigerung des gesamten Neukreditgeschäfts um 4,5 Prozent auf nunmehr 2.163 Millionen Euro konnte die Hanseatic Bank auch die Cost-Income-Ratio von 38,6 Prozent im Vorjahr auf 36,1 Prozent im Geschäftsjahr 2017 verbessern.

Einfache digitale Lösungen mit maximalem Mehrwert

Neben dem Wachstum spielte im zurückliegenden Jahr noch ein anderes Thema für die Hanseatic Bank eine entscheidende Rolle: Vereinfachung. Mit der neuen Marken- und Kommunikationsstrategie richtete die Privatbank ihren Fokus konsequent auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden. Im Kern bedeutete dies, Produkte und Services einfacher zu machen und gleichzeitig ein Höchstmaß an Effizienz und Mehrwert zu bieten.

„In der stark regulierten Finanzbranche wird es zunehmend schwieriger, die Bankgeschäfte für unsere Kunden einfach zu gestalten“, sagt Detlef Zell, der als Geschäftsführer der Hanseatic Bank die Bereiche Personal, Finanzen, Risikomanagement und Compliance verantwortet. „Das stellt uns oft vor Herausforderungen, spornt uns aber auch an. Bei der Weiterentwicklung unseres Portfolios konzentrieren wir uns immer darauf, was unsere Kunden wirklich brauchen.“

Passend dazu präsentiert sich der Geschäftsbericht 2017 erstmals im neu gestalteten Corporate Design und trägt den Titel „Einfach machen“. Auch im laufenden Geschäftsjahr geht die Hanseatic Bank diesen Weg weiter. Um den Kunden einfache digitale Lösungen zu bieten, wird weiterhin auf die Zusammenarbeit mit FinTechs gesetzt sowie auf innovative Ideen aus der eigenen Belegschaft.

Solution Lab und crossfunktionale Teams

Um das kreative Potenzial der mehr als 450 Mitarbeiter voll auszuschöpfen, hat die Hanseatic Bank das Solution Lab gegründet. Abseits ihres gewohnten Arbeitsumfeldes entwickeln Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen hier in Miniprojekten neue Produkte und Dienstleistungen rund um vereinfachtes Banking und den Ausbau der eigenen Kompetenzen.

Parallel dazu wandelt die Hanseatic Bank aktuell ihre Organisationstruktur in eine neue, agile Form um, in der sich crossfunktionale Teams gezielt um die Bedürfnisse der Kunden kümmern. Mehr Eigenverantwortung und damit eine flexiblere Jobgestaltung stehen ganz oben auf der internen Agenda – immer mit dem Ziel, dass effektiveres Arbeiten zum einen die Mitarbeiter motiviert und zum anderen zufriedener Kunden schafft.

Der Hanseatic Bank Geschäftsbericht 2017 steht Ihnen als [PDF zum Download](#) zur Verfügung.

Hanseatic Bank

Über die Hanseatic Bank GmbH & Co KG

Als Privatbank mit Hauptsitz in Hamburg ist die Hanseatic Bank bundesweit tätig. Gegründet 1969 als Teilzahlungsbank, um das umfangreiche Warenfinanzierungsgeschäft für Kunden des Otto Versands abzuwickeln, wurde sie 1976 zur Vollbank umgewandelt. Im Jahr 2005 übernahm die französische Großbank Société Générale 75 Prozent der Anteile an der Hanseatic Bank, 25 Prozent hält weiterhin die Otto Group. Die Hanseatic Bank hat sich mit den Bereichen Konsumentenkredite, Einlagen, Versicherungen und Factoring auf vier Geschäftsfelder spezialisiert. Besonders mit ihren innovativen Kreditkartenprodukten ermöglicht die Hanseatic Bank ihren Handelspartnern flexible Finanzierungsmodelle für jeden Vertriebsweg und zugleich ein wirksames Mittel zur Kundenbindung.

Weitere Informationen über die Hanseatic Bank erhalten Sie unter <https://www.hanseaticbank.de>.

Pressekontakt

Corelations
Agentur für Public Relations
Gabi Westerteiger, Tel. (040) 6461-5372
Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg
Mail: gabi.westerteiger@corelations.de