

Pressemitteilung

Hanseatic Bank mit bestem Ergebnis der Unternehmensgeschichte

- **Steigerung des Bilanzgewinns um 62,8 Prozent auf 40,9 Mio. Euro**
- **Kreditneugeschäft wächst auf 571 Mio. Euro**
- **Wachstumsmotor erneut EigentümerDarlehen: 391 Mio. Euro Neugeschäftsvolumen**
- **Cost-Income-Ratio von 42,1 Prozent auf 38,6 Prozent gesenkt**

Hamburg, 24. Mai 2017 – Mit dem Geschäftsbericht 2016 legt die Hanseatic Bank ihre Zahlen für das abgelaufene Geschäftsjahr vor und kann wiederholt ein ausgezeichnetes Ergebnis vorweisen. Die bundesweit tätige Privatbank mit Hauptsitz in Hamburg erzielte einen Bilanzgewinn in Höhe von 40,9 Mio. Euro und blickt damit auf das erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte zurück. Die Steigerung um 15,8 Mio. Euro und damit 62,8 Prozent gegenüber 2015 wurde durch zwei Sondereffekte begünstigt, ist aber in erster Linie auf die positive Geschäftsentwicklung zurückzuführen. So wurde die Strategie, sich auf die Kerngeschäftsfelder Konsumentenkredite, Einlagen, Versicherungen und Factoring zu fokussieren, auch im abgelaufenen Geschäftsjahr konsequent und erfolgreich fortgesetzt.

Das eigene Kreditneugeschäft stieg gegenüber dem Vorjahr um 16,8 Prozent auf 571 Mio. Euro. Das EigentümerDarlehen war erneut ein entscheidender Wachstumsmotor, dessen Neugeschäftsvolumen in Höhe von 391 Mio. Euro einem Plus von 23,8 Prozent gegenüber 2015 entspricht. Auch die Kreditkartenumsätze wiesen mit einem Ergebnis von 287 Mio. Euro eine erfreuliche Steigerung um 16,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf. Eine ebenso positive Entwicklung wurde für das Factoring-Neugeschäft verzeichnet. Aufgrund des wachsenden E-Commerce-Sektors schloss es mit 1.499 Mio. Euro ab und lag damit 12,6 Prozent über dem Vorjahreswert. Trotz einer deutlichen Steigerung des gesamten Neukreditgeschäfts um 13,7 Prozent auf insgesamt 2.070 Mio. Euro konnte die Cost-Income-Ratio von 42,1 Prozent im Vorjahr auf 38,6 Prozent gesenkt werden.

„2016 war für uns ein Jahr der Superlative“, bringt Detlef Zell, der als Geschäftsführer der Hanseatic Bank die Bereiche Personal, Finanzen, Risikomanagement und Compliance verantwortet, den Unternehmenserfolg auf den Punkt. „Trotz der steigenden regulatorischen Anforderungen konnten wir im eigenen Kreditgeschäft – insbesondere mit unserem EigentümerDarlehen – Rekorde brechen und unsere eigenen Erwartungen weit übertreffen. Das dadurch erzielte beste Ergebnis der Unternehmensgeschichte bestärkt uns darin, unsere Strategie weiter zu verfolgen.“

Der Kunde im Fokus

Um auch künftig in ihren Geschäftsfeldern Maßstäbe zu setzen und in der digitalen Welt weiter erfolgreich zu sein, hat die Hanseatic Bank ihre gesamte Strategie noch stärker auf den Kunden ausgerichtet. Dabei gilt es, nicht mehr vom Produkt her zu denken und zu handeln, sondern aus der Sicht des Kunden – also einen Perspektivenwechsel zu vollziehen. Um Prozesse entsprechend flexibler und effizienter zu gestalten und dabei stets ihre Kunden im Fokus zu haben, hat die Hanseatic Bank im abgelaufenen Geschäftsjahr verschiedene Projekte gestartet.

Dazu gehören die Erarbeitung einer neuen Marken- und Kommunikationsstrategie für eine klare und verständliche Kommunikation mit den Kunden sowie der Ausbau des Service-Angebots durch neue digitale Lösungen, die selbst oder in Kooperation mit verschiedenen FinTechs entwickelt wurden. Außerdem wurde die Verbesserung des Kundenbeziehungsmanagements durch eine geeignete technische Unterstützung vorbereitet.

Der Kurs für 2017: kundenzentriert, digital und flexibel

Auch im laufenden Geschäftsjahr stellt die Hanseatic Bank den Kunden in den Mittelpunkt: im direkten Dialog, verständlich und klar echte Kundenbedürfnisse zu erfüllen, bleibt das fortlaufende Ziel. Gemeinsam mit starken Kooperationspartnern und einem hochmotivierten Team sollen der digitale Wandel vorangetrieben, die regulatorischen Anforderungen erfüllt und das Produktportfolio weiter ausgebaut werden. Michel Billon, Geschäftsführer der Hanseatic Bank und verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing und IT, betont: „Unser Kurs für 2017 ist klar: Bei allen Entscheidungen zu neuen Produkten, Service-Angeboten und Kooperationen wollen wir digitaler, flexibler und noch kundenorientierter werden. Dabei sind unsere erklärten Ziele, das Erlebnis des Kunden mit uns als Bank über alle Kontaktpunkte hinweg positiv zu gestalten und weiterhin profitabel zu wachsen.“

Der Hanseatic Bank Geschäftsbericht 2016 steht Ihnen als [ePaper](#) und als [PDF zum Download](#) zur Verfügung.

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

Kathrin-Luise Fiesel, Tel. (040) 6461-5305

Gabi Westerteiger, Tel. (040) 6461-5372

Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg

Mail: kathrin-luise.fiesel@corelations.de

Mail: gabi.westerteiger@corelations.de