

Geschäftsbericht 2011



◀ Willkommen bei der Hanseatic Bank

„Die Leitwerte Innovation, Teamgeist, Professionalität und Spezialisierung unseres strategischen Aktionsplans ‚Ambition 2015‘ setzen wir in unserer Bank bereits sehr erfolgreich um. Darüber hinaus arbeiten wir durch laufende Optimierungen, eine leistungsstarke Technik und durch umfassende Mitarbeiterschulungen und -maßnahmen täglich daran, unserem Anspruch auf höchste Servicequalität gegenüber unseren Kunden und Partnern stets gerecht zu werden.“

*Michel Billon und Detlef Zell
Geschäftsführer der Hanseatic Bank*

Kundenbetreuung oder -beratung, Vertriebsunterstützung oder Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter, Neuheiten oder spezielle Angebote – das Wort Service lässt sich je nach Betrachtungsweise ganz individuell definieren. Unabhängig von Branche, Unternehmen und Produktportfolio folgt der Anspruch auf guten Service jedoch einem entscheidenden Leitgedanken: dem Bedürfnis nach Aufmerksamkeit.

Eine bedeutende Rolle hierbei spielt ohne Frage der direkte und persönliche Kontakt zum Kunden und Vertriebspartner. Gleichzeitig bringen die zunehmende Digitalisierung von Geschäftsprozessen und der stets wachsende technische Fortschritt enorme Potenziale für den Ausbau und die Optimierung von erstklassiger Servicequalität mit sich. So ermöglichen standardisierte und individualisierte Online-Tools und -Serviceleistungen sowohl Kunden als auch Vertriebspartnern und Mitarbeitern rundum effiziente Geschäftsbeziehungen.

Deswegen bildet neben Qualität, Kompetenz und Innovation vor allem der gute Service die grundlegende Basis für den Unternehmenserfolg. Denn um sich auch zukünftig weiterhin von der Masse des Wettbewerbs abzuheben, sind Serviceleistungen zur Kundenzufriedenheit, Mitarbeitermotivation und Vertriebsunterstützung unverzichtbare und wertvolle Investitionen.

Erfahren Sie auf den folgenden Seiten wie die Hanseatic Bank das Leitthema „Service“ im täglichen Geschäft lebt und lesen Sie wie Kunden, Partner und Mitarbeiter hierüber denken und handeln.



◀ **Service ist, durch den intensiven Dialog mit Mitarbeitern, Kunden und Partnern beste Leistungen zu erzielen.**

Das Hauptziel der Hanseatic Bank Geschäftsführer Michel Billon und Detlef Zell ist es, durch die konsequente Verfolgung ihres Strategieplans „Ambition 2015“, die Referenz auf ihren Märkten zu werden. Vor diesem Hintergrund blicken sie auf das Jahr 2011 zurück und geben einen klaren Ausblick auf ihre inhaltlichen Schwerpunkte für die Zukunft.

Michel Billon 2011 war aus meiner Sicht vor allem das Jahr unserer Kunden, Partner und Mitarbeiter. Unser Vorhaben, die Zufriedenheit unserer Kunden und Partner sowie darüber hinaus die Motivation unserer Mitarbeiter noch weiter zu steigern, haben wir doch auf vielfältige Art und Weise erfüllt.



Michel Billon Und auch die Einrichtung unseres Kundenbeziehungsmanagements ist eine sehr gute Investition in die Zukunft. Eine eigene Abteilung, in der sich die Mitarbeiter ausschließlich um die Anliegen der Kunden kümmern, direkt mit ihnen kommunizieren und gemeinsam Lösungen finden – auch künftig ein absolutes Muss an Dienstleistung.

Detlef Zell Richtig, hier haben wir wirklich viel bewegt und unseren Anspruch auf Professionalität schon zu einem großen Teil erfüllt. Vor allem in der Qualität und Stärkung unserer Mitarbeiterkompetenzen haben wir ein noch höheres Servicelevel erreicht. Es hat sich gezeigt, dass unsere wiederholten Mitarbeiterbefragungen, der regelmäßige Qualitätszirkel und auch die Innovationsrunde unter Kollegen diesbezüglich wertvolle Maßnahmen sind.

Detlef Zell Da stimme ich dir zu. Derlei Aktivitäten sind gerade mit Blick auf unsere Branche wichtiger denn je. Wir können uns insbesondere auch durch unsere guten Serviceleistungen gegen unsere Mitbewerber durchsetzen. Da sind die flexiblen Rückzahlungsmöglichkeiten, die Blitzüberweisung oder unser Online-Finanzierungstool „SoFie WEB“ – die sofortige Kreditentscheidung beim Einkauf – nur einige Angebote mit echten Mehrwerten für unsere Kunden.



Michel Billon Gleiches spiegeln unsere Vertriebspartner-Maßnahmen wider. Durch die Bündelung von Kernkompetenzen sowohl im Kundenservice, aber vor allem auch im Partnermanagement sind wir in der Zusammenarbeit und Betreuung einen großen Schritt vorangekommen. Das positive Feedback unserer Vermittler bestätigt, dass die Einführung eines kompetenten Teams rund um alle Vertriebsangelegenheiten und die Optimierungen im Online-Portal richtig waren und noch dazu für alle sehr effizient sind.



Detlef Zell Mit der Effizienz sprichst du ein weiteres wichtiges Thema neben der hohen Bedeutung unserer Serviceleistungen an, Michel. In diesem Kontext ist Zeit ja ein sehr kostbarer Faktor. Und der Spielte und wird auch künftig insbesondere im Bereich der Neuentwicklungen eine große Rolle spielen. Denn Kunden durch individuelle auf ihre Lebenssituation zugeschnittene Produkte noch schneller zu ihrer vollen Zufriedenheit zu bedienen, ist Herausforderung, aber auch Ansporn zugleich.

Michel Billon Auch aus wirtschaftlicher Sicht wird der Faktor Zeit bzw. Zeitersparnis im Zuge von innovativen Maßnahmen im gesamten IT-Bereich weiterhin im Fokus stehen. Dank der Vielzahl an Informationen und Arbeitsmaterialien im Download-Bereich und Funktionen wie der sofortigen Kreditentscheidung oder direkten Ausdruckmöglichkeit von Verträgen

im Online-Portal beschleunigen wir auf der einen Seite die Geschäfte unserer Vermittler, auf der anderen Seite vergrößert sich durch die steigende Anzahl an Abschlüssen hierdurch auch unser Wachstum.

Detlef Zell Ein eindeutiges Indiz, dass wir in der Konsolidierung unserer IT- und Kreditsysteme auf dem richtigen Weg sind und diesen weitergehen werden.

Michel Billon Ja, denn auch automatisierte Prozesse, die jeweils an der richtigen Stelle bei dem entsprechenden Gegenüber eingesetzt werden, sind unverzichtbar in der heutigen Kunden- und Partnerkommunikation.

Detlef Zell Und wenn wir diese Punkte weiterhin mit der hohen Fachkompetenz unserer Mitarbeiter – also der ebenso unverzichtbaren menschlichen Komponente – in unserem Unternehmen kombinieren, dann sind wir in meinen Augen bestens gerüstet für alles, was noch kommt.



Michel Billon Das sehe ich genauso. Ich bin absolut sicher, dass wir uns gemeinsam mit unseren Mitarbeitern durch Motivation und Teamgeist weiterhin zu Höchstleistungen antreiben werden, um unseren Kunden und Partnern auch zukünftig die beste Servicequalität zu bieten. Und schlussendlich unser Ziel – Ambition 2015 – erreichen werden.



KOMMUNIKATION

Inspirationen

◀ Die Hanseatic Bank im Überblick

UNSER PRODUKTANGEBOT

Geschäftsbereiche	Produkt
Kreditgeschäft	
Konsumentenkredite	JaKredit / JaKredit PRO / JetztKredit
Kreditkarten	GenialCard und weitere Kartenkooperationen
Immobilienfinanzierung	EigentümerDarlehen PolicenDarlehen
Kreditversicherungen	SicherKredit SicherKreditkarte
Einlagen	TagesGeld SparBrief SparBrief Dynamik Fonds
Vorsorge	Bausparen Versicherung (z. B. SicherPortemonnaie)
Factoring	Forderungsmanagement

UNSERE PARTNER

OTTO, Schwab, Karstadt, notebooksbilliger.de, Automobil Club Europa e. V., Verlagsgruppe Weltbild, Küche&Co, Alliance, hagebau, Hypoport, BHW, Interhyp, Alte Leipziger u. a.

◀ Inhalt

DAS UNTERNEHMEN

Gesellschafter

Société Générale (75%), Otto Group (25%)

Gegründet

1969 (als Tochterunternehmen des Otto Konzerns)

Geschäftsführer

Michel Billon

(verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing und IT)

Detlef Zell

(verantwortlich für die Bereiche Personal, Finanzen, Risikomanagement und Organisation)

Status

Vollbank

Eigenkapital

106,5 Mio. EUR (31.12.2011)

Anzahl Mitarbeiter

382 (inkl. HSCE)

Standorte

Hamburg (Hauptsitz), Berlin, Erfurt, Köln, Nürnberg, Schwerin, Würzburg, Rostock, Stuttgart, Leipzig

Referenzen

- 6 Thomas Steck (Otto (GmbH & Co KG))
- 8 Tanja Brodersen (Kundin der Hanseatic Bank)
- 10 Florian Neumeier (Interhyp AG)
- 12 Hanseatic Bank Highlights I
- 14 David Patzer (notebooksbilliger.de AG)
- 16 Ingeborg Stadel (ACE Auto Club Europa e.V.)
- 18 Rüdiger Mause (Hanseatic Bank GmbH & Co KG)
- 20 Hanseatic Bank Highlights II
- 22 Christoph Brüning (SCHWAB VERSAND GmbH)
- 24 Anja Fredrich (Hanseatic Service Center)
- 26 Thilo Wiegand (Hypoport AG)
- 28 Hanseatic Bank Kennzahlen 2011

Lagebericht

- 30 Gesamtwirtschaft und Branche
- 30 Geschäftsstruktur und Entwicklung
- 32 Mitarbeiter
- 33 Ertragslage
- 34 Finanz- und Vermögenslage
- 36 Risikobericht
- 38 Ausblick
- 39 Nachtragsbericht

Jahresabschluss

- 40 Bilanz
- 42 Gewinn- und Verlustrechnung
- 43 Anhang
- 54 Bestätigungsvermerk

◀ Service ist, jeden Einkauf zum 5-Sterne-Kundenerlebnis zu machen.

„Service ist nicht einfach ein Schlagwort, sondern eine der Hauptvoraussetzungen, bei OTTO zu arbeiten. Guter Service ist bei uns weniger eine unentgeltliche Leistung als vielmehr eine Philosophie, also einer der tragenden Leitgedanken unseres Unternehmens. Um dieses Verständnis von Kundenzentrierung auch unseren neuen Mitarbeitern von Beginn an zu vermitteln, nehmen diese vor ihrem eigentlichen Jobantritt an unserem zweiwöchigen Einsteigerprogramm „Kundenorientierung Live!“ teil. Hierin geht es vor allem darum, durch direkte Kundenkommunikation und persönliche Verantwortung, die Wünsche des Kunden zu erkennen und Lösungen zu entwickeln.“

Im Grunde lässt sich unser Serviceverständnis am besten anhand eines Schaubilds beschreiben. Wer die Tour de France gewinnen möchte, wird trotz noch so vieler Trainingskilometer keinen Erfolg haben ohne die Unterstützung eines zuverlässigen Teams. Übertragen auf das Online- und Kataloggeschäft von OTTO heißt das konkret, dass auch bei uns das Team der Service ist, bzw. den Service ausmacht. Unser Ziel ist es, die verschiedenen Etappen zum gewünschten Produkt für den Kunden so zu gestalten, dass jeder Einkauf zum Erfolg wird. Ob es sich dabei um den Kauf von Socken oder einer kompletten Küche handelt, ist irrelevant. Wir möchten jedem Kunden ein 5-Sterne-Einkaufserlebnis bieten.

Als Deutschlands Online-Shop Nummer 1 für Fashion und Lifestyle sowie durch unsere TÜV-Auszeichnung „sehr empfehlenswert“ hinsichtlich unserer Serviceleistungen befinden wir uns hierbei auf dem richtigen Weg. Um dieses Niveau zu halten bzw. unsere Service-

qualität noch weiter zu optimieren, unternehmen wir zahlreiche Aktivitäten auf allen Kanälen. Vor allem sind jedoch die sozialen Netzwerke wie z.B. Facebook sowie insgesamt das Internet ideal, um in einen interaktiven Dialog mit unseren Kunden und Interessenten zu treten. In diesen Bereichen setzen wir verstärkt auf das Akquise-Instrument Weiterempfehlung. So bitten wir unsere Kunden nach dem Kauf eines Artikels neben der regulären Bewertung auf otto.de gezielt um die Beantwortung von Fragen zu konkreten OTTO-Leistungen. Hierdurch ermitteln wir, wo wir bereits gut sind oder an welcher Stelle wir noch besser werden müssen. Die gewonnenen Erkenntnisse stehen all unseren Mitarbeitern im Intranet zur Verfügung.

Darüber hinaus begegnen potenzielle und Bestandskunden bei OTTO über 100 Services, die von der einfachen PaketShop-Suche in der Nähe über den Call-back-Button und die Live-Chat-Funktion im Internet bis hin zur intensiven Teppich-Fachberatung reichen. Als einer der wenigen Anbieter in unserer Branche unterhalten wir bundesweit eigene Kundencenter, in denen der persönliche Kontakt zum Kunden sowie eine lösungsorientierte Beratung oberste Priorität haben. Um unsere Kunden ohne Zeitverlust und Umwege bei ihrem Anliegen zu unterstützen, haben wir u. a. unseren Beratungsservice rund um die OTTO Shopping&more-VISA Karte 2011 in den Kreditkartenservice der Hanseatic Bank eingegliedert. Denn bei all unseren Aktivitäten ist es bei uns am wichtigsten, jederzeit, auf allen Kanälen und mit kompetenter und fachmännischer Betreuung für unseren Kunden da zu sein.“

**Thomas Steck, Direktor Kundenservice & Logistik
Otto (GmbH & Co KG)**





◀ Service ist, sich rundum gut aufgehoben zu fühlen.

„Service ist für mich im wahrsten Sinne des Wortes das Gelbe vom Ei und spielt neben der Qualität und der Zuverlässigkeit eine sehr wichtige Rolle für mich. Ich möchte mich jederzeit rundum optimal beraten und wohlfühlen und guten Gewissens den jeweiligen Anbieter auch an meine Familie und Freunde weiterempfehlen können. Deshalb lasse ich mich häufig bei der Wahl eines bestimmten Dienstleisters von scheinbaren Kleinigkeiten beeinflussen, die für mich jedoch den großen Unterschied ausmachen. Denn unter gutem Service verstehe ich auch Leistungen, die über das Bezahlte hinausgehen.

Hierzu gehören unter anderem Aufmerksamkeiten, die ich so nicht erwartet hätte, die mir aber einen echten Mehrwert bieten. Das kann z. B. ein Kaffee beim Friseur oder die Erinnerung meines Zahnarztes an die halbjährliche Vorsorgekontrolle sein. Oder wenn mich beispielsweise mein Berater von der Hanseatic Bank anruft, um mich auf auslaufende Fristen aufmerksam zu machen, schätze ich dies als eine wirkliche Zusatzleistung und fühle mich in meiner Bankwahl einmal mehr bestätigt.

Denn anders als zum Beispiel beim Einkauf im Supermarkt möchte ich von meiner Bank verstanden

werden, damit sie mich bei wichtigen Entscheidungen individuell unterstützen kann. Dabei steht sowohl der persönliche Kontakt zu meinem Berater als auch dessen Expertise und Verständnis für mich an erster Stelle. Gerade in schwierigen privaten oder beruflichen Situationen bedeutet es mir viel, wenn der Bankmitarbeiter meine Lage kennt und entsprechende Empfehlungen aussprechen kann. Gleiches gilt natürlich auch für das tägliche Geschäft zwischen uns, wenn es um regelmäßige Vorschläge zu Geldanlagen oder das Zusenden der Kontoauszüge geht.

All dies sind für mich ausschlaggebende Gründe, weshalb ich auch nach 25 Jahren als Kundin bei der Hanseatic Bank noch nie an einen Wechsel gedacht habe. Genauso wie für mich ist es auch für die Bankmitarbeiter selbstverständlich, mich am Telefon mit meinem Namen anzusprechen und jederzeit eine freundliche Auskunft auf meine Fragen zu erteilen. Neben der persönlichen Beratung rund um umfassendere Finanzierungslösungen schätze ich darüber hinaus ebenso sehr die Nutzung des Onlinebankings, die mir das Tätigen meiner gängigen Bankgeschäfte schnell und einfach per Klick ermöglicht.“

Tanja Brodersen
Kundin der Hanseatic Bank

◀ Service ist, unseren Kunden ihren Lebenstraum zu erfüllen.

„Einer der größten Träume im Leben vieler Menschen ist der Kauf oder Bau des eigenen Zuhauses. Unabhängig davon, ob es sich um den Erwerb einer Gebrauchtimmoblie oder den Bau nach eigenen Vorstellungen handelt, bildet ein ganz wesentlicher Faktor das Fundament für eine erfolgreiche Realisierung: die Finanzierung.

Um unseren Kunden in diesem wichtigen Bereich professionell zur Seite zu stehen, haben wir von der Interhyp AG unsere Kernkompetenz insbesondere auf die Eigenheimfinanzierung ausgerichtet und uns hierin spezialisiert. Über 300 Berater und ein Produktportfolio von ebenso vielen Kreditgebern bilden dabei die solide Basis für die Erarbeitung ganz individueller Lösungen. Angepasst an die persönliche Lebenssituation kann sich jeder Kunde bei uns auf eine kompetente und anbieterunabhängige Finanzierungsberatung verlassen.

Wir verstehen uns nicht nur als Dienstleister gegenüber unserer Kundschaft, sondern handeln auch dement-sprechend. Deswegen ist allem voran unser Service für unsere Kunden komplett kostenlos – selbst wenn es einmal nicht zu einer Darlehensvermittlung durch uns kommen sollte. Um dies auch zukünftig gewährleisten zu können, investieren wir die von unseren Bankpartnern erhaltene Vermittlungsvergütung direkt wieder in den Ausbau und die Optimierung unserer Serviceleistungen.

Denn neben der hohen Beratungskompetenz und dem transparenten Finanzierungsvergleich gehört ein guter Service zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren in unserem Unternehmen. Ein zufriedener Kunde ist nicht selten Multiplikator und damit Empfehlungsgeber für Neukunden. Auch aus diesem Grund steht jeder Kunde bei uns an erster Stelle. So beginnt der Service bei der Interhyp AG bereits damit, dass der Kunde die gewünschte Beratungsform frei wählen kann. Ob über das Telefon, das Internet oder persönlich in einem unserer über 30 bundesweiten Standorte – unsere Kundschaft kann überall auf die professionelle Beratung unserer regelmäßig geschulten Mitarbeiter zählen. Darüber hinaus bieten wir auch online unter www.interhyp.de umfangreiche Serviceleistungen an, wie z.B. den häufig genutzten Finanzierungsrechner oder unseren Zins-Info-Service per E-Mail.

Um den hohen Anforderungen im Rahmen unserer Serviceleistungen an uns selbst stets gerecht zu bleiben, führen wir nicht nur regelmäßig Kundebefragungen aus, sondern lassen uns zusätzlich von renommierten Magazinen wie Euro Finanzen und Stiftung Warentest bewerten. Mit Erfolg. In 2011 wurden wir zum sechsten Mal in Folge als „Bester Baufinanzierer“ ausgezeichnet. Ein Prädikat, das wir unter anderem auch dank der erfolgreichen Zusammenarbeit mit Partnern wie u.a. der Hanseatic Bank beibehalten konnten. Vor allem die schnelle und unkomplizierte Abwicklung der Kreditanträge bei der Hanseatic Bank ermöglicht es uns, den Lebens-traum unserer Kunden noch schneller zu erfüllen.“

*Florian Neumeier, Leiter Produktmanagement
Interhyp AG*



◀ Hanseatic Bank Highlights in 2011

AMBITIONIERT!

Auch in diesem Jahr wurde der **strategische Leitgedanke „Ambition 2015“** in allen Bereichen der Hanseatic Bank konsequent umgesetzt, ausgebaut und vorangetrieben. Mit weiteren Maßnahmen zur Kundenzufriedenheit, der Fokussierung auf Kernkompetenzen und die damit zusammenhängenden Geschäftsfelder sowie der Konsolidierung des IT- und Kreditsystems erfüllten die Mitarbeiter und Geschäftsführung einmal mehr ihren Anspruch auf **Qualität, Innovation und die Spezialisierung in Kernthemen.**

KOMPETENT!

In 2011 hat die Hanseatic Bank durch die **Bündelung von Kompetenzen** in den ServiceCentern eine beachtliche Steigerung im Kundenservice und Partnermanagement erzielt. Die Vorteile der Zentralisierung für den Kunden sind u.a. verlängerte Servicezeiten und die damit einhergehende noch bessere Unterstützung durch die Bankmitarbeiter. Darüber hinaus steht den Kunden in Hamburg sowohl telefonisch als auch persönlich ein KompetenzTeam für die schnelle, flexible und lösungsorientierte Bearbeitung von Kreditanfragen zur Verfügung. Zudem hat die Hanseatic Bank den Kundenservice der Partner OTTO und Schwab rund um die professionelle Beratung des VISA-Kartenservices übernommen. Im Partnermanagement wurden in 2011 die Bereiche POS und FDL in einem kompetenten Team gebündelt, das sich um alle Fragen zur Vertriebspartneranlage und -pflege kümmert sowie einen erstklassigen Support für das VP-Portal und die sofortige Online-Finanzierungsentscheidung SoFie WEB gewährleistet.

ENTSCHEIDEN!

Im September hat die Hanseatic Bank die optimierte Version des **Online-Finanzierungstools für Webshops „SoFie WEB“** für die einfache Kreditbeantragung eingeführt. Nach Eingabe der erforderlichen Daten erfolgt per Klick eine sofortige Finanzierungsentscheidung, die dank der direkten Anbindung an die SCHUFA sowie eines eigenen Scoring-Systems zuverlässig gefällt wird.

AUSGEZEICHNET!

Bereits zum dritten Mal in Folge überzeugt die Hanseatic Bank im Test vom TÜV Saarland überdurchschnittlich gut im Bereich der **Kundenzufriedenheit und Servicequalität**. Im Rahmen einer repräsentativen Umfrage bescheinigten die Kunden ihrer Privatbank die **Gesamtnote „gut“ (1,8)**. Besonders positiv wurden die Beratungskompetenz der Mitarbeiter, ihre Freundlichkeit und Zuverlässigkeit sowie die telefonische Erreichbarkeit und schnelle Entscheidung bei Anfragen bewertet.

GEPUNKTET!

Die Hanseatic Bank hat für verschiedene ihrer Produktlinien im Laufe des Jahres **Scorekarten neu implementiert**, sodass die Bonität des einzelnen Kunden noch besser beurteilt werden kann.

notebook



◀ Service ist, aus der Sicht des Kunden zu handeln.

„Der Handel mit Konsumgütern im Internet gehört zu einem der Märkte mit der höchsten Wettbewerbsdichte und Preistransparenz. Deswegen ist es umso wichtiger, sich durch einen außerordentlichen Service vom Wettbewerb abzuheben. Seit dem Start unseres Online-Shops notebooksbilliger.de und später auch in unseren Stores in München und Sarstedt sind wir einem Credo bis heute treu geblieben: Wir gestalten unsere Angebote und Services so, wie wir es selbst als Kunde schätzen und erleben möchten.

Service fängt bei notebooksbilliger.de bereits mit dem ersten Kontakt zum Kunden an und hört auch nach Abschluss des jeweiligen Kaufprozesses noch lange nicht auf. Denn wir verstehen uns als Fullservice-Händler, was sich nicht nur auf unser umfassendes Sortiment von Elektronikartikeln aller Art beschränkt, sondern sich vor allem im Service am Kunden widerspiegelt. Und zwar an jedem einzelnen Kunden mit seinen ganz individuellen Bedürfnissen und Anforderungen.

Neben einer intuitiven Benutzeroberfläche auf notebooksbilliger.de legen wir größten Wert auf sehr umfassende und aussagekräftige Artikelbeschreibungen. Dadurch unterstützen wir unsere Kunden maßgeblich bei ihrer Kaufentscheidung für das richtige Produkt. Im Rahmen der Kundenbetreuung und -beratung bedeutet Service für uns auch Real-Time-Kommunikation. Unser Anspruch ist es, innerhalb kürzester Zeit auf etwaige Kundenbedürfnisse zu reagieren und zwar dort, wo sich unsere Kundschaft aufhält.

Sei es auf Facebook, in unserem Blog von notebooksbilliger.de oder in zahlreichen Bewertungsportalen – wir stehen auf allen für unser Online-Geschäft relevanten Kanälen im Internet für unsere Kunden zur Verfügung. Eine wichtige Rolle hierbei spielt für uns das aktive Zugehen auf die User. Anstelle von standardisierten oder automatisierten Prozessen hat auch in diesem Fall der persönliche Kontakt zum Kunden Priorität. Denn zufriedene Kunden kommen nicht nur wieder, sondern empfehlen auch weiter, sodass ein guter Service eine äußerst nachhaltige Wirkung für den Unternehmenserfolg erzielt. Wichtige Gründe also, weshalb alle Mitarbeiter von notebooksbilliger.de täglich ihr Bestes im Umgang mit unseren Kunden geben.

Neben dem intensiven Kundenkontakt begreifen wir Service darüber hinaus als Angebot von ganzheitlichen Lösungen mit den besten Partnerunternehmen. Die Hauptfaktoren für uns sind hierbei absolute Verlässlichkeit, Qualität und ein ebenso ausgeprägtes Serviceverständnis. Neben dem richtigen Logistikdienstleister ist für uns als Versandhändler der zweite wichtige Partner unser Finanzdienstleister. Dank innovativer und auf die individuellen Situationen unserer Kunden abgestimmter Finanzierungslösungen haben wir mit der Hanseatic Bank einen verlässlichen Partner gefunden, mit dem wir im Jahr 2011 auch unsere zukünftige Zusammenarbeit erneut besiegelt haben.“

*David Patzer, Vorstand
notebooksbilliger.de AG*

◀ Service ist, sich für jedes Mitglied ausreichend Zeit zu nehmen.

„Service definieren wir, indem wir jeden Mitgliederkontakt persönlich und positiv gestalten. Wir nehmen jedes Anliegen sehr ernst und nehmen uns Zeit dafür. Das kommt bei unseren Mitgliedern gut an. Auch die herausragende Leistung, die jeder unserer Mitarbeiter persönlich bringt, verankert sich im Bewusstsein unserer Mitglieder und bleibt so langfristig präsent.

Der persönliche Service spielt in unserem Unternehmen seit jeher eine übergeordnet wichtige Rolle. Er ist unser Erkennungszeichen, unser Wesensmerkmal. Unter dem Kerngedanken ‚Ich steh‘ für den ACE‘ hat der ACE in zwölf Service-Leitsätzen sein Serviceversprechen und die damit verbundenen Dienstleistungen definiert. Unsere Mitglieder wissen, dass ihr Anruf uns bewegt. Denn guter Service ist für uns eine Selbstverständlichkeit. Darüber hinaus ist er zugleich ein erfolgreiches Kundenbindungsinstrument. Wir nutzen unsere Art von Service, um uns vom Wettbewerb zu differenzieren und gleichzeitig für Aufmerksamkeit auf dem Markt zu sorgen. Deswegen ist ein herausragender Service für uns nicht einfach nur ein nettes Extra, sondern integraler Bestandteil unserer Dienstleistungen und Produkte.

Unsere Servicephilosophie entwickeln und sichern wir durch einen Prozess der Verinnerlichung. Anweisen lässt sich Zuwendung jedoch nicht. Somit sehen wir unsere Service-Leitsätze eher als Postulate der Selbstvergewisserung. Haben wir unser Serviceversprechen und damit unseren Anspruch auf herausragende Qualität und Leistung einmal nicht hinreichend erfüllt, so zeigen wir bei der Beschwerdeabwicklung wiederum Qualität. Unser Beschwerdemanagement fungiert dann als eine Art Rettungsanker, um unsere guten Leistungen auch bei menschlichen Fehlern weiterhin

nach außen widerzuspiegeln. Darüber hinaus fließen die Erkenntnisse aus etwaigen Beschwerden in einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess und wir nutzen sie als Chance für Veränderungen.

Neben dem ACE-Kerngedanken und den Service-Leitsätzen bieten wir für unsere Mitarbeiter regelmäßige Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen an, um die Qualität unserer Arbeit auf gleichbleibend hohem Niveau zu halten. Wir legen zudem großen Wert darauf, auch das Soziale, den Zusammenhalt, die Solidarität und Fairness sowie die Stimmigkeit im Preis-Leistungs-Verhältnis einzuhalten und zu fördern. Gleichzeitig bieten wir unseren Mitgliedern über den persönlichen Kontakt hinaus attraktive Angebote wie z. B. einen kostenlosen Fahrzeugcheck oder eine gratis Rechtsauskunft sowie Dokumenten- und Beratungsservice rund um die Mobilität. Eine weitere Serviceleistung ist die in Kooperation mit der Hanseatic Bank für unsere Mitglieder bestehende ACE KreditKarte, die u. a. Tankrabatte und das weltweit bargeldlose Bezahlen ermöglicht.

Um all unsere Aktivitäten im Rahmen des erfolgreichen Services messen zu können, finden neben den Auswertungen von Beschwerden und positiven Rückmeldungen sowie unserer TÜV-Zertifizierung Notruf zudem regelmäßige Zufriedenheitsbefragungen statt. Denn prinzipiell muss Service dem Mitglied einen praktischen Nutzen bieten. Diesen können wir zum einen durch persönliche Kontakte bewirken, welche den größten Nachhaltigkeitswert bieten. Zum anderen erreichen wir dieses Ziel durch eine optimale Verfügbarkeit von wichtigen Informationen, die wir unseren Mitgliedern über das Internet zugänglich machen.“

**Ingeborg Stadel, Fachgebietsleiterin Mitglieder-Service
ACE Auto Club Europa e. V.**





◀ Service ist, durch stete Erfolgsmessungen die Kundenbeziehung zu perfektionieren.

„Alle immateriellen Leistungen wie z.B. Beratung, Lieferzeiten oder Transport sind grundsätzlich in die Kategorie Service einzuordnen. Kurz: Jegliche Arten von Services sind Dienstleistungen am oder für den Kunden, die nur zum Zeitpunkt ihrer Erbringung tatsächlich existent sind. Und trotz oder gerade wegen seiner Vergänglichkeit hat Service in meinen Augen eine immens hohe, wenn nicht sogar die höchste, Bedeutung in der Nachhaltigkeit der Bindung und den Beziehungen zum Kunden.“

Vor allem in der heutigen Zeit, in der ein immer massiver werdender Preiskampf das allgemeine Marktgeschehen dominiert, ist Service das ausschlaggebende Alleinstellungsmerkmal. Nicht selten machen eben diese Dienstleistungen für den Kunden den Unterschied zwischen guten und weniger guten Unternehmen und entscheiden über ein Ja oder Nein zum jeweiligen Angebot und Anbieter. Einen wichtigen Beitrag zu diesem Fakt leistet ebenso das Internet. Durch den ungefilterten und somit direkten Zugang zu persönlichen Erfahrungen anderer Kunden mit dem entsprechenden Dienstleister sind Haltung und Handeln eines jeden Unternehmens zu 100% transparent und öffentlich.

In der IT-Abteilung der Hanseatic Bank nehmen wir unter anderem diese Faktoren zum Anlass, uns und unsere Serviceleistungen immer wieder selbst zu testen.

Dazu gehört, dass wir uns neben den Auswertungen der regelmäßig stattfindenden Kundenbefragungen der Hanseatic Bank von Zeit zu Zeit auch den Rückmeldungen unserer eigenen Kollegen widmen. Denn wir sehen uns ebenso als ex- wie auch als internen Service-Dienstleister, der sich an der Zufriedenheit der Kunden und der Bankmitarbeiter messen lassen kann und muss. Aufgrund dessen finden Weiterbildungsmaßnahmen ebenso regelmäßig statt wie konstruktive Feedback-Gespräche in Gruppen oder unter vier Augen. Ziel hierbei ist es, mögliche Service-defizite umgehend abzustellen und die hieraus gewonnenen Erkenntnisse zur Verbesserung der Servicequalität zeitnah ein- und umzusetzen.

Darüber hinaus lässt sich die Hanseatic Bank in punkto Service stets von externen und unabhängigen Instituten wie z.B. dem TÜV prüfen. Denn neben innovativen Produkten und dem flexiblen Reagieren auf sich ständig ändernde Marktanforderungen gehört ein hohes Niveau der Servicequalität zu den Erfolgsschlüsseln unseres Unternehmens. Ein guter Grund also, auch in IT-Dienstleistungen wie dem Onlinebanking oder den festen telefonischen Servicezeiten an Werktagen sowie dem E-Mail-Annahmeservice kontinuierlich zu investieren. Denn nur ein guter Service für den Kunden zahlt sich im Hinblick auf eine nachhaltige Kundenbeziehung langfristig aus.“

**Rüdiger Mause, Stellvertretender Direktor IT
Hanseatic Bank GmbH & Co KG**

◀ Hanseatic Bank Highlights in 2011

GEFEIERT!

Im letzten Quartal 2011 zelebrierten **drei Filialen der Hanseatic Bank ihr jeweiliges Jubiläum**. Seit nunmehr 20 Jahren beraten die Mitarbeiter an den Standorten Erfurt und Würzburg ihre Kunden rund um die persönlichen Finanzen. Der Standort Stuttgart der Hanseatic Bank gilt bereits seit 25 Jahren als leistungsstarker Partner in der Region. Gute Gründe, um hierauf gemeinsam mit den Kunden vor Ort mit einem Glas Sekt anzustoßen.

AUFGEFRISCHT!

Alles neu macht der Mai. Getreu diesem Motto hat die Hanseatic Bank im Frühjahr 2011 ihren **gesamten Außenauftritt gestalterisch überarbeitet**. Sowohl die Printwerbemittel als auch die Website erscheinen seither in einem einheitlichen neuen Look. Insbesondere der Online-Auftritt überzeugt durch seine optimierte und klare Struktur, die inhaltlich und visuell der Sicht des Kunden folgt.

GESPENDET!

Wie schon im vergangenen Jahr spendete die Hanseatic Bank auch an Weihnachten 2011 **insgesamt 10.000,- € an Herzenswünsche e. V.** Der gemeinnützige, bundesweit tätige Verein erfüllt schwerkranken Kindern und Jugendlichen besondere Wünsche. Die Spende der Hanseatic Bank ist dem Lufthafen in Hamburg-Altona zugute gekommen – eine Einrichtung, die dem Kinderkrankenhaus Altona angeschlossen ist. Hier werden Kinder und Jugendliche, die auf eine Langzeitbeatmung angewiesen sind, umfassend ambulant oder stationär betreut und therapiert. Eine weitere Spende der Hanseatic Bank richtete sich in 2011 an den **Rotary Club Berlin International**, der sich bereits seit über 20 Jahren für eine „Welt ohne Kinderlähmung“ einsetzt. Durch den Verkauf von gespendeten Mobiltelefonen der Hanseatic Bank kam dem Engagement der Rotarier ein Erlös **in Höhe von 5.742,- €** zugute.

PARTNERSCHAFTLICH!

Im Juni 2011 besiegelte die Hanseatic Bank die erfolgreiche Zusammenarbeit im Kreditkartengeschäft mit dem Unternehmen **notebooksbilliger.de** mit einer Vertragsverlängerung für weitere zwei Jahre. Aus diesem Anlass wurde ein **neues Kreditkarten-Design** entwickelt. Darüber hinaus freut sich die Hanseatic Bank insbesondere über zwei starke Partner, die in diesem Jahr neben zahlreichen weiteren neu gewonnen werden konnten. Im Februar gab die Privatbank die Kooperation mit dem Spezialisten für Hard- und Software sowie Unterhaltungselektronik **SNOGARD** und den Launch der **SNOGARD BlackCard** bekannt. Nur wenige Monate später kooperierte die Hanseatic Bank mit **Karstadt** und gab gemeinsam mit der namhaften Warenhauskette im Juni die co-gebrandete **Karstadt VISA Karte** heraus.

GESTEIGERT!

Seit der Einführung der Online-Entscheidung im Vertriebspartner-Portal für Finanzdienstleister im Oktober 2011 konnte ein reger Zuwachs der Antragseingänge verzeichnet werden. Neben zahlreichen Informationen und Arbeitsmaterialien rund um die umfassende Kundenberatung stehen den Partnern der Hanseatic Bank seither auch **Verträge zum sofortigen Ausdruck** zur Verfügung, wodurch der Zeitaufwand minimiert und zeitgleich der Service maximiert wurde.

NACHGEFRAGT!

Die vom Mutterkonzern Société Générale unter dem **Motto „Employee-Barometer“** initiierte Mitarbeiterbefragung wurde auch in 2011 fortgeführt. Ziel hierbei ist es, die **Zufriedenheit der einzelnen Mitarbeiter** kritisch zu hinterfragen, um auf diesen Erkenntnissen basierende Maßnahmen zur Optimierung zu entwickeln. In diesem Jahr wurden bereits zahlreiche Projekte innerhalb der Hanseatic Bank realisiert.

◀ **Service ist, die Kauflust der Kundinnen zu beflügeln und ihnen ein positiv-emotionales Einkaufserlebnis zu bieten.**

„Kunden wollen selbstbestimmt und bequem einkaufen. Sie möchten die Ware in entsprechender Qualität, zum fairen Preis, schnell und dem Leistungsversprechen gemäß geliefert bekommen.“

Unter dem Motto „Ein Herz für Kunden“ ist es unser Ziel, unseren Kunden einen zügigen, komfortablen und sympathischen Einkauf zu ermöglichen. Dies setzt voraus, dass wir in jedem Schritt des Kaufprozesses und auf allen Vertriebskanälen jedem einzelnen Kunden den Einkauf so komfortabel, interessant und inspirierend wie möglich gestalten. Neben einfachen Bestell-, Liefer- und Zahlungsprozessen bedarf es insbesondere einer gezielten Unterstützung bei der Kaufentscheidung in Form von individueller Beratung und detaillierten Produkt- und Lieferinformationen, um in diesem Geschäft dauerhaft erfolgreich zu sein. Wenn uns dies in Einzelfällen einmal nicht so gut gelingt, bemühen wir uns, unbürokratisch, schnell und kulant Lösungen zu finden, die die Kundenerwartungen übertreffen. Denn wir arbeiten permanent und leidenschaftlich daran, unsere Kunden täglich neu zu begeistern. Hierzu gehören u. a. direkte Ansprechpartner mit finaler Entscheidungskompetenz für ausgewählte Kunden ebenso wie attraktive Zusatzleistungen wie z. B. unsere in Kooperation mit der Hanseatic Bank entwickelte Schwab Visa-Karte oder vielfältige Beratungsservices im Bereich der Mode.

Bei unserer Marke Sheego haben wir den exzellenten Service als strategische Säule im Markenkern verankert. Als Spezialist für attraktive Mode in großen Größen stehen hier neben den Kollektionen gerade auch die spezifischen Kundenanforderungen im

Fokus, die aus meiner Sicht ein großes Potenzial für besondere Serviceangebote mit sich bringen. Vor allem bei der gezielten Beratung bietet uns hierbei das Internet dank seiner innovativen Funktionalitäten vielfältige Möglichkeiten. Von unseren Kunden viel genutzte Angebote sind darüber hinaus die Artikelbewertungen und der Kommunikationsaustausch in unseren Social Communities. All das zeigt, dass wir unseren Kunden Serviceerlebnisse in identischer Qualität auf allen Kanälen mit den jeweils medienadäquaten Maßnahmen bieten müssen. Schlussendlich soll der Kunde entscheiden, wo und wann er welchen Service in Anspruch nimmt. In unserem klassischen Universalgeschäft der Marke Schwab hat sich der VIP-Service als Kundenbindungsstrategie zum wettbewerbsdifferenzierenden Merkmal und Erfolgsgarant der letzten zehn Jahre entwickelt, der von den Kunden mit hoher Loyalität und Kaufaktivität honoriert wird.

Um unserem Serviceanspruch gerecht zu werden, führen wir regelmäßig Kundenzufriedenheitsanalysen durch und stehen in ständigem Austausch mit unseren Dienstleistern und allen am Leistungsprozess beteiligten Unternehmensbereichen, insbesondere mit den Kollegen im E-Commerce. Zudem bilden wir unsere Mitarbeiter mit zielgerichteten Qualifizierungsmaßnahmen in unserer Kundenservice-Akademie weiter, um unser Leistungsversprechen einzuhalten und stets zu optimieren. Denn ich bin überzeugt davon, dass nicht guter, sondern schlechter Service dem wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens im Weg steht und letztendlich Geld kostet, wenn dies zu Image- und in der Folge zu Kundenverlusten führt.“

**Christoph Brüning, Bereichsleiter Kundenservice/Logistik
SCHWAB VERSAND GmbH**





◀ Service ist, dem Kunden die bestmögliche Lösung zu liefern.

„Das Wort Service ist aus dem Englischen und Französischen ins Deutsche übernommen worden und wird in allen Sprachen mit dem Begriff Dienst übersetzt. Sowohl für mich persönlich als auch in meiner beruflichen Funktion hat Service darüber hinaus vielerlei Bedeutungen. Übergeordnet bezeichne ich Service generell als den Dienst am Kunden. Darin enthalten sind zahlreiche weitere Faktoren, wie u.a. der Sicherheitsaspekt, das Engagement, die Verbindlich- und Verlässlichkeit sowie der Ehrgeiz und das Interesse daran, die Bedürfnisse des Kunden zu erkennen.

Vor allem Letztgenanntes spielt bei uns im Kundenservice der Hanseatic Bank eine sehr wichtige Rolle. Dem Kunden zuzuhören und auf seine Belange einzugehen, ist nicht nur das Nonplusultra hinsichtlich der Kundenbetreuung und -beratung, sondern auch in Bezug auf unser tägliches Geschäft. Denn unser oberstes Ziel ist die 100%ige Kundenzufriedenheit. Die wiederum ist nur zu erreichen, indem wir sprichwörtlich unser Ohr am Kunden haben und ihm so die bestmögliche Lösung liefern können.

Weitere Aspekte, die mit der Kundenzufriedenheit als Resultat einhergehen, sind bei uns im Kundenservice zum einen die Kundenbindung und zum anderen die Stärkung der Loyalität der Kunden gegenüber der Hanseatic Bank. Es ist eines unserer

größten Anliegen, dass sich unsere Klientel bei uns gut aufgehoben fühlt, sich mit ihrer Bank identifizieren kann und sie gern weiterempfiehlt. Denn nur, wenn all diese Punkte erfüllt sind, können auch wir unsere Potenziale auf u.a. Wiederholungs- oder Zusatzverkäufe voll ausschöpfen und somit unseren Teil zum Gesamterfolg unseres Unternehmens beitragen.

Aufgrund dessen bildet der Service bzw. Dienst am Kunden die Basis für unser tägliches Handeln. Hierzu gehören neben der detaillierten und persönlichen Beratung am Telefon natürlich auch unsere Online-Servicedienstleistungen wie z.B. das Download-Center mit allen wichtigen Formularen sowie die FAQs, in denen unsere Kunden auf viele ihrer Fragen bereits auf unserer Internetseite eine Antwort finden. Darüber hinaus sind regelmäßige Mitarbeiterschulungen und -gespräche, die zur Motivation und optimalen Qualifikation beitragen, wichtige Bestandteile zur Gewährleistung unseres reibungslosen Kundenservices. Um kontinuierlich beste Leistungen bringen zu können und stets am Puls der Zeit zu sein, führen wir zur Messung unserer Servicequalität zudem regelmäßige Kunden- und Vertriebspartnerzufriedenheitsstudien und -analysen durch. Denn der offene und ehrliche Dialog mit unserer Kundschaft und unseren Partnern ist das wichtigste Feedback für unsere tägliche Arbeit und steht deswegen stets an erster Stelle.“

**Anja Fredrich, Teamleiterin Kundenservice
Hanseatic Service Center**

◀ Service ist, Finanzdienstleister, -berater und Privatkunden effizient miteinander zu vernetzen.

„Das Internet als Kommunikations-, Informations- und Transaktionsmedium hat die Vermittlung von Finanzdienstleistungen stark verändert. Privatkunden sind dadurch aufgeklärter und anspruchsvoller in Bezug auf die Qualität und Transparenz der Beratung als früher. Sie erwarten von ihrem Finanzierungsberater, individuell auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Finanzierungslösungen. Professionelle Finanzberater stehen somit vor der Herausforderung, aus der Vielzahl an Produktangeboten, die für den Kunden individuell beste Lösung zu finden.

Darüber hinaus spielen aus unserer Sicht immer häufiger Faktoren wie Schnelligkeit, Flexibilität und vor allem die Machbarkeit einer Lösung für die Durchsetzung im Wettbewerb eine entscheidende Rolle. Neben den Ansprüchen der Privatkunden haben sich die Anforderungen im Zuge der Finanzkrise auch durch verschärfte Regulierungen und die restriktivere Kreditvergabe erhöht. Ein weiterer Grund, der grundsätzlich die Suche nach der perfekten Kundenlösung für den professionellen Berater erschwert, da er sich immer wieder auf altbekannte Lösungsmuster berufen kann.

Mit EUROPACE, dem zentralen B2B-Finanzmarktplatz Deutschlands, tragen wir diesen gestiegenen Ansprüchen Rechnung: Der webbasierte Marktplatz ermöglicht eine lückenlose Vernetzung aller relevanten Produktgeber mit der Welt professioneller Finanzberater. Dabei sind alle Produktkriterien so exakt automatisiert abgebildet, dass eine hohe Verlässlichkeit für den Berater und Kosteneffizienz für

alle Parteien entstehen. Wählt der Berater im System eine bestimmte Finanzierungslösung eines Anbieters aus, überprüft die Plattform die Machbarkeit und ermittelt die passende Zinskondition. Sofern es attraktivere Finanzierungsalternativen gibt – wie z.B. die Kombination eines Annuitätendarlehens mit einem KfW-Darlehen, so schlägt das System auch diese vor. Diese Art der intelligenten Plattforttechnologie wirkt sich nicht nur positiv auf die Arbeit des Beraters aus, sondern auch auf die Transparenz, Qualität, den Produktpreis und somit den Service für den Endkunden.

Darüber hinaus löst EUROPACE durch das Angebot von Alternativen auch das Problem der restriktiveren Kreditvergabe. Werden z.B. Beleihungsgrenzen des favorisierten Erstranganbieters überschritten, greift die Plattform intelligent ein, errechnet die Höhe der Erstrangfinanzierung und ergänzt diese mit einem Nachrangdarlehen der Hanseatic Bank. Neben dem so genannten Risikoventil, das durch Kombinationen unterschiedlicher Darlehensanbieter die Machbarkeit von Vollfinanzierungen ermöglicht, kann auch der Preis ein entscheidender Grund für Produktergänzungen sein. Denn oft bietet diese Produktkombination einen günstigeren Mischzins als Finanzierungen mit hohen Beleihungsausläufen aus einer Hand und wird somit für unabhängige Finanzdienstleister, professionelle Finanzierungsberater und Endkunden zunehmend interessant. Die langjährige, vertrauensvolle Beziehung, die wir mit der Hanseatic Bank in diesem Bereich haben, zahlt sich somit für alle aus.“

*Thilo Wiegand, Vorstand
Hypoport AG*



◀ Zufriedenheit zahlt sich aus:

Kennzahlen 2011

+ 3,9%

Entwicklung Bilanzsumme
(+ 69 Mio. EUR)

+ 14,3%

Entwicklung Bilanzgewinn
(+ 2,6 Mio. EUR)

+ 4

+ 36,1%

Reduzierung Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten
(+ 288 Mio. EUR)

+12,2%

Entwicklung Kreditgeschäft (exkl. Factoring)
(+ 33,3 Mio. EUR)

+3,2%

Entwicklung Forderungsvolumen
(+ 52 Mio. EUR)

4,5%

Entwicklung Einlagenbestand
(+ 350 Mio. EUR)

+11,4%

Entwicklung Mitarbeiter (Hanseatic Bank und HSCE)
(+ 40 Mitarbeiter)

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2011

Gesamtwirtschaft und Branche

Die deutsche Wirtschaft wuchs im Wirtschaftsjahr 2011 erneut kräftig. Dazu trugen die ersten drei Quartale des Jahres mit einer schwungvollen Entwicklung bei. Das Wachstum des vierten Quartals stellte sich dagegen wegen der Verunsicherung bedingt durch die Finanz- und Schuldenkrise sowie durch die konjunkturelle Eintrübung im europäischen Umfeld schwach dar. Der private Konsum hatte während des Jahres 2011 einen spürbaren Anteil am gesamtwirtschaftlichen Wachstum. Grundlage bleibt die hohe Kaufbereitschaft und die positive Entwicklung am Arbeitsmarkt sowie das nach wie vor noch moderate Preisklima.

Für das Jahr 2012 wird sich für den Jahresbeginn die im vierten Quartal des Jahres 2011 eingetretene gedämpfte Entwicklung noch fortsetzen. Dennoch sind die weiterhin gute Arbeitsmarktlage, die Aussicht auf stabile Arbeits-einkommen verbunden mit der Fortsetzung des positiven Trends beim privaten Verbrauch nachhaltige Indikatoren für die Binnenwirtschaft, sodass eine ausgeprägte Schwächephase ausbleiben könnte. Auf der anderen Seite wird der weitere Verlauf der Vertrauens- und Schuldenkrise in Europa entscheidenden Einfluss auf die Entwicklung haben. Die Bewältigung dieser Krise kann in den betroffenen Staaten durch Konsolidierungs- und Reformkurse und durch das finanzpolitische Regelwerk der Währungsunion abgemildert werden.

Die Bankenbranche steht im kommenden Jahr unter hohem Druck, aufgrund der regulatorischen Anforderungen ihre Geschäftsaktivitäten entsprechend anzupassen. Damit ist der Ausblick in der Branche insgesamt verbunden mit den Risiken um die Stabilität des Euro eher negativ. Im mittelständischen Privatbankenumfeld halten sich zwar die harten regulativen Eingriffe im Rahmen, jedoch verändert sich auch das rechtliche Umfeld zunehmend. Damit verschärft sich der Trend, dass sich Banken vor dem Hintergrund der Risiken und geänderten Rahmenbedingungen einer geringeren Profitabilität und zum Teil einer Stagnation des Wachstums der Bankaktiva bis hin zu einem Abbau

dieser gegenübersehen werden. Daneben stehen Verbraucher- und Anlegerschutz, Kundenzufriedenheit und verantwortungsvolles Kreditgebaren weiterhin als zentrale Aufgaben im Privatkundengeschäft der Banken für die kommenden Jahre im Vordergrund.

Für die Geschäftsentwicklung der Hanseatic Bank haben die Rahmenbedingungen, die durch die Regulierung vorgegeben werden, mittelbar Einfluss auf das Wachstum in den Geschäftsaktivitäten. Die positive Situation und das Verhalten der Privatkunden sind dagegen positive Einflussfaktoren, denn Unsicherheiten über die zukünftige Einkommenssituation scheinen weiterhin durch die positive Arbeitsmarktentwicklung gering. Damit ist der Ausblick für die Nachfrage im Konsumentenkredit- und Kreditkartengeschäft als positiv einzustufen. Dieser Nachfrage ist eine selektive Angebotsstruktur gegenüberzustellen, um insbesondere die Ertragsentwicklung in Balance zu den Kreditausfällen zu gestalten. Die Entwicklung und das derzeitige Niveau der Sparquote lassen die Annahme zu, dass dem Vorsorgemotiv derzeit hinreichend Rechnung getragen ist. Es ist für die Anlageprodukte davon auszugehen, dass sie weiterhin auf dem hohen 2011er Niveau nachgefragt werden.

Geschäftsstruktur und Entwicklung

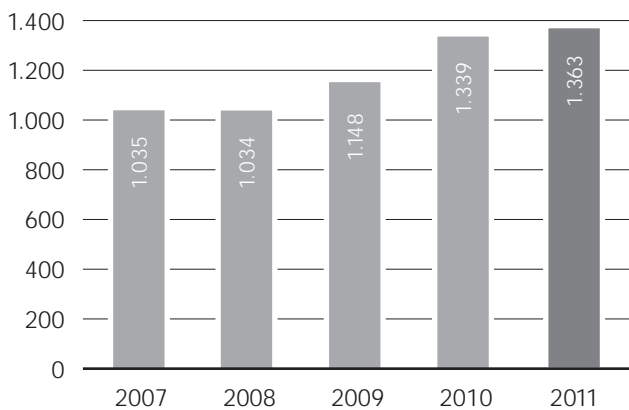
Die Hanseatic Bank bietet als Privatbank unverändert Verbraucherkredite, Anlageprodukte sowie das Provisionsgeschäft über verschiedene Vertriebskanäle an. Hauptsitz der Hanseatic Bank ist Hamburg. Deutschlandweit ist die Hanseatic Bank an 17 Standorten vertreten.

Das Kreditgeschäft ist der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit der Bank. Es werden Kredite im konsumenten- und immobiliennahen Bereich sowie mittels Kreditkarten vergeben. Darüber hinaus betreibt die Hanseatic Bank den Forderungserwerb von Warenforderungen mit den Multichannel-Einzelhändlern Otto (GmbH & Co KG) und SCHWAB VERSAND GmbH im Rahmen eines echten, stillen Factorings. Des Weiteren besteht ein untergeordnetes Volumen an Kontokorrentkrediten.

Ergänzend zum Kreditgeschäft werden den Kunden Sparprodukte zur Geldanlage bei der Hanseatic Bank angeboten. Dieses Geschäftsfeld rückte im Jahr 2011 wieder stärker in den Fokus. Ergänzend wurde in diesem Zusammenhang das Geschäft mit institutionellen Kunden wieder reaktiviert.

Das Neukreditgeschäft überstieg erneut das sehr hohe Vorjahresniveau. Das Factoringgeschäft, das nunmehr seit über 20 Jahren mit Otto betrieben wird, erzielte abermals ein Neugeschäft von über 1.000 Mio. EUR. Auch das versandhausunabhängige Geschäft übertraf das Vorjahr 2010 zum Teil deutlich. Die Entwicklung der Neugeschäftszinssätze blieben im gesamten Kreditgeschäft nahezu konstant, sodass trotz der allgemeinen Konkurrenzsituation – insbesondere im Konsumentenkreditgeschäft – weiterhin auskömmliche Margen erzielt werden konnten.

Neugeschäftsvolumen in Mio. EUR



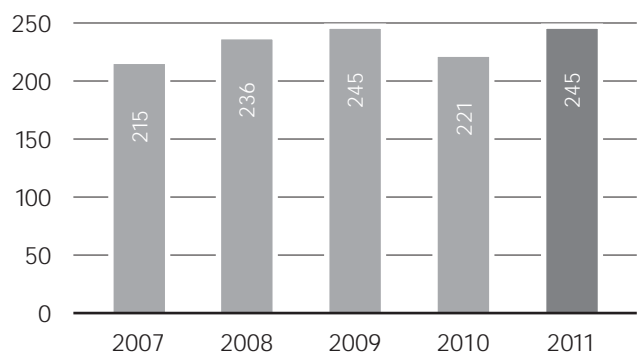
Tilgungskredite

Im Neugeschäft der Tilgungskredite ist das abgelaufene Geschäftsjahr im Vergleich zum Vorjahr überaus erfolgreich verlaufen.

Im Jahr 2011 entwickelten sich die Kreditherauslagen im immobilien nahen Bereich besonders erfreulich. Diese konnten gegenüber dem Vorjahr um 24% gesteigert werden.

Steigerungen sind erneut bei den Finanzierungen am Point of Sale zu verzeichnen. Nach den dynamischen Entwicklungen der beiden Vorjahre wurde wiederum eine fast 10%ige Erhöhung verzeichnet. Dabei weicht die reine Volumenausweitung im Neugeschäft einer immer zeitnäheren und risikoadjustierten Konditionbildung.

Neugeschäft Tilgungskredite in Mio. EUR



Kreditkarten

Seit dem Jahr 2008 wird mit der „GenialCard“ eine versandhausunabhängige Karte im Direktvertrieb, aber auch über Partner am Point of Sale vertrieben. Die Kombination von verschiedenen Features mit der klassischen Bezahlungsfunktion sowie Ratenkreditaufnahmemöglichkeiten macht dieses Produkt für verschiedene Einsatzmöglichkeiten interessant. Dieser Kreditbereich hat im vergangenen Jahr erneut eine erfreuliche Steigerung von rund 26% erzielt, sodass Kreditkarten weiterhin mit zunehmendem Maße die Neugeschäftsentwicklung positiv beeinflusst haben. Erfreulich ist zudem die Etablierung des Kreditkartenprodukts in allen Vertriebskanälen der Bank. Das Kreditkartengeschäft in Verbindung mit einem Revolving-Credit etabliert sich weiter als festes Standbein im Kreditangebot der Hanseatic Bank. Besonders hervorzuheben ist das Wachstum im Kreditkartenbereich mit Kooperationspartnern. Hier wird das Produkt u. a. zusammen mit den Multichannel-Einzelhändlern Otto (GmbH & Co KG), SCHWAB VERSAND GmbH und notebooksbilliger.de AG vertrieben.

Als weiterer großer Key-Account wurde im Jahr 2011 eine Kreditkartenkooperation mit der Karstadt Warenhaus GmbH umgesetzt, durch die die Position als einer der führenden Kreditkartenpartner für den Handel gestärkt werden konnte.

Factoring

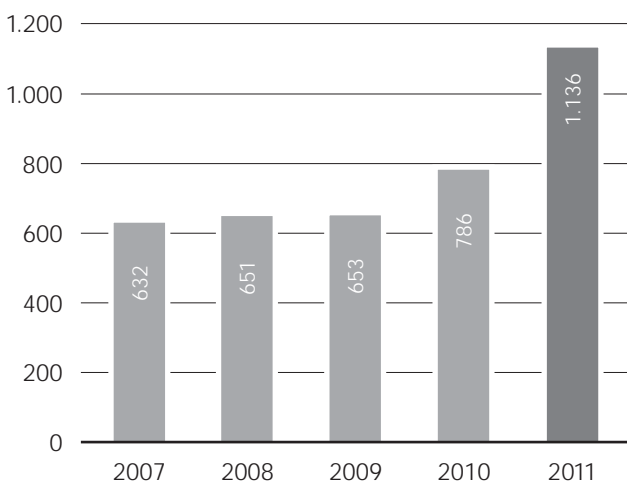
Das Wachstum im Factoringgeschäft wird durch die Geschäftsentwicklung bei den Versandhäusern bestimmt. Die positive Entwicklung des Jahres 2010 konnte im vergangenen Jahr auf dem hohen Niveau wiederholt werden.

Kundeneinlagen

Die Entwicklung des Einlagengeschäfts im Geschäftsjahr 2011 war sehr erfreulich. Es konnte ein Zuwachs i.H.v. 350 Mio. EUR (44,6%) erzielt werden. Sowohl festverzinsliche Produkte als auch variabel verzinsliche Produkte mit einer kurzen Laufzeit trugen positiv zu dieser Steigerung bei. Zudem wurde das Geschäft mit institutionellen Anlegern zur Diversifizierung der Refinanzierungsquelle wieder aufgenommen.

Bei weiter anhaltender starker Konkurrenzsituation sowie nach wie vor niedrigen Einstandssätzen am Geldmarkt blieb es bei den Margen auf dem geringen Vorjahresniveau.

Einlagenbestand in Mio. EUR



Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Die Hanseatic Bank ist als Tochterunternehmen der SG Consumer Finance S.A. (75%) in die Soci t G n rale S.A. eingebunden, daneben hält die Otto (GmbH & Co KG) eine 25%ige Beteiligung.

Die Hanseatic Bank hat Ende 2006 eine Tochtergesellschaft, die „HSCE Hanseatic Service Center GmbH“, mit Sitz in Hamburg gegründet. Diese nimmt als Servicegesellschaft im Wesentlichen Aufgaben in der Kreditadministration wahr.

In der Soci t G n rale gehört die Hanseatic Bank zur Sparte Privatkunden & Finanzdienstleistungen und hier zur Business line Soci t G n rale Consumer Finance.

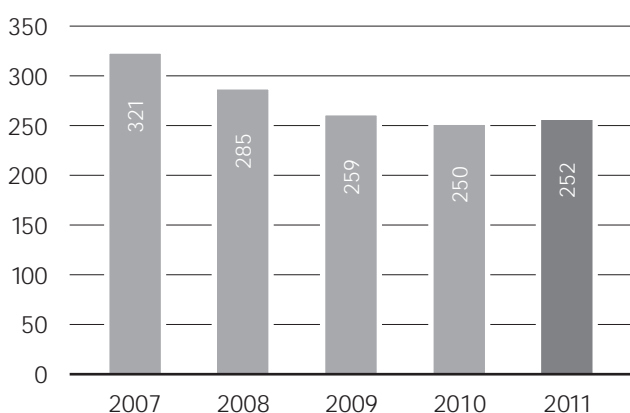
Zur Otto (GmbH & Co KG) bestehen auch nach dem Verkauf von 75% der Geschäftsanteile weiterhin enge Geschäftsbeziehungen. Es werden Ratenkauforderungen im Rahmen des Factoringgeschäfts von den Einzelgesellschaften Otto (GmbH & Co KG) und SCHWAB VERSAND GmbH angekauft. Deren Kunden werden darüber hinaus mit Revolving-Credit-Funktionen ausgestattete Kreditkarten sowie weitere Ratenkreditprodukte angeboten. Für die deutschen Multichannel-Einzelhandelsunternehmen der Otto Group wickelt die Hanseatic Bank den Kundenzahlungsverkehr ab.

Mitarbeiter

Die Bank beschäftigte am Ende des Geschäftsjahres 2011 insgesamt 252 Mitarbeiter (Dezember 2010 250), davon 202 Vollzeit-, 46 Teilzeitbeschäftigte und 4 Auszubildende. Die Auslagerung des Kreditbackoffices in die eigene Servicegesellschaft führte in den Vorjahren zu einem starken Rückgang der Mitarbeiter in der Hanseatic Bank. Zum Jahresende 2011 stieg die Anzahl der Mitarbeiter im HSCE auf 184 (Dezember 2010 132).

Auch im vergangenen Geschäftsjahr haben sich die Mitarbeiter kontinuierlich mit Professionalität, Teamgeist und Innovation für den geschäftlichen Erfolg und die Verfolgung der strategischen Ziele eingesetzt.

Mitarbeiter



Ertragslage

Im Geschäftsjahr 2011 erzielte die Bank einen Bilanzgewinn in Höhe von 20,7 Mio. EUR. Dies entspricht einer Steigerung von 2,6 Mio. EUR bzw. 14,2% gegenüber 2010. Das Verhältnis Kosten zu Erträgen (Cost-Income-Ratio) im Jahr 2011 lag bei 46,4% gegenüber dem Jahr 2010 mit einem Wert von 42,5%. Die Veränderung ist einerseits auf einen Rückgang im Zins- und Gebührenergebnis zurückzuführen, andererseits spiegelt sich darin aber auch die höhere Investitionstätigkeit der Bank wider.

Die finanziellen Leistungsindikatoren zeigen weiterhin eine solide Stabilität. Hinsichtlich der Rentabilität konnte im vergangenen Geschäftsjahr aufgrund eines Sondereffekts im Risikoergebnis eine deutliche Steigerung erreicht werden.

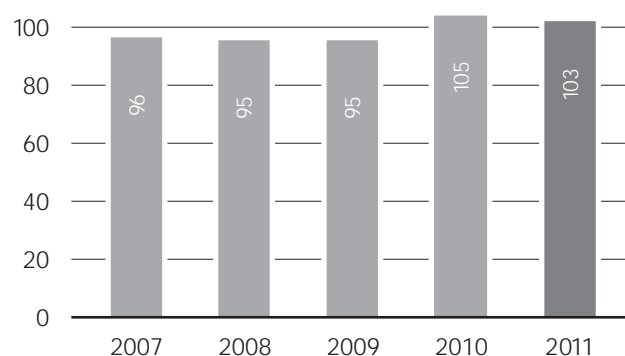
Finanzielle Leistungsindikatoren

		2009	2010	2011
Eigenkapital	Mio. EUR	106,5	106,6	106,6
Gewinn v. Ertragsteuern	Mio. EUR	11,3	18,7	22,6
Bilanzgewinn	Mio. EUR	12,0	18,2	20,7
Eigenkapitalrentabilität	%	10,6	17,7	21,2

Zinsergebnis

Das Zinsergebnis der Hanseatic Bank verzeichnet mit -1,4% einen leichten Rückgang im Jahr 2011. Das Factoringgeschäft trug durch das hohe Bestandsvolumen weiterhin zu stabilen Zinserträgen bei. Insgesamt konnte im eigenen Verbraucherkreditgeschäft das Niveau ebenfalls weitestgehend gegenüber dem Vorjahr gehalten werden. Die Anteile am Zinsergebnis aus den Geschäften am Point of Sale bzw. durch das Kreditkartengeschäft wuchsen entsprechend der guten Neugeschäftsentwicklung an.

Zinsergebnis in Mio. EUR



Aufgrund des niedrigen Zinsniveaus konnten die Zinsaufwendungen trotz einer Volumenausweitung auf Vorjahresniveau gehalten werden.

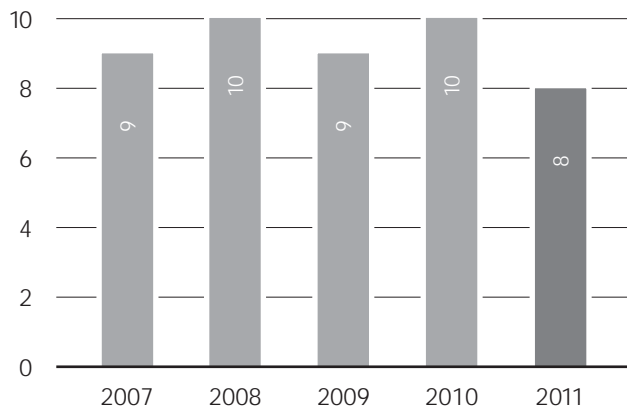
Provisionsergebnis

Das Provisionsergebnis spielte auch im abgelaufenen Geschäftsjahr eine bedeutende Rolle. Insbesondere das Versicherungsangebot zu den verschiedenen Kreditprodukten und dessen stetige Inanspruchnahme durch die Kunden führen zu einem stabilen Ergebnisbeitrag.

Der Rückgang des Geschäftsjahres resultiert aus erwarteten höheren Provisionsaufwendungen, die auf gestiegene Vermittlertätigkeiten zurückzuführen sind und die erfolgreiche Kundenwachstumsstrategie der Bank widerspiegeln.

Die Provisionserträge konnten trotz des Wegfalls der Kontoführungsgebühr ausgebaut werden. Insbesondere das Kreditkartengeschäft leistete hier einen wertvollen Beitrag.

Provisionsergebnis in Mio. EUR



Verwaltungsaufwendungen

Im Jahr 2011 wurde die Einstellungspolitik an die steigenden Anforderungen in den Marktfolgebereichen angepasst, während in der Kreditabwicklung Konsolidierungen vorgenommen wurden. Dadurch entstand in Summe erhöhter planmäßiger Personalaufwand. Dieser fiel entsprechend mit 15,8 Mio. EUR gegenüber dem Vorjahr (14,6 Mio. EUR) höher aus.

Der Sachaufwand ist gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen. Dieses ist auf gestiegene Aufwendungen für die Dienstleistungen des Servicecenters zurückzuführen. Letztere stehen in direktem Zusammenhang mit den gestiegenen Geschäftsaktivitäten im eigenen Kreditgeschäft. Die übrigen Positionen haben sich im Geschäftsjahr 2011 ebenfalls planmäßig entwickelt.

Risikoergebnis

Die Risikovorsorge in Form von Wertberichtigungen wurde im Geschäftsjahr laufend an die Kreditrisiken unter Berücksichtigung eines vorsichtigen Bewertungsansatzes angepasst. Die Risikokosten liegen deutlich unter dem Vorjahreswert, da ein Altportfolio aus dem Factoringgeschäft veräußert wurde. Darüber hinaus ist im Jahr 2011 eine strukturelle Verbesserung des Gesamtportfolios zu erkennen. Diese ist letztlich auf die restriktivere Kreditvergabepolitik des Vorjahres und erneut verbesserte Inkassotätigkeiten zurückzuführen.

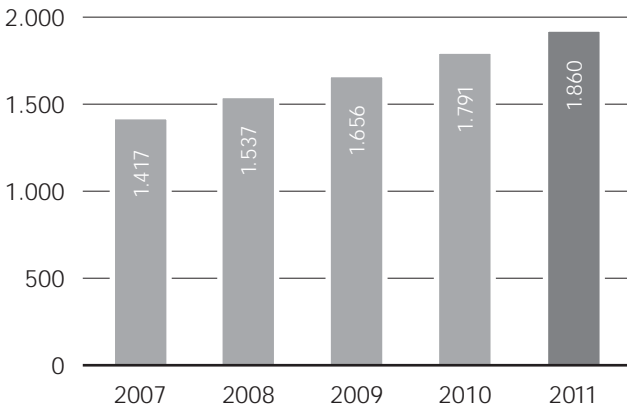
Finanz- und Vermögenslage

Gegenüber Dezember 2010 stieg die Bilanzsumme der Bank um 3,8% auf 1.860 Mio. EUR unter anderem infolge des Anstiegs des Neugeschäfts im Factoring und der Kundeneinlagen. Durch die diversifizierte Produkt- und Vertriebsgestaltung des Kreditgeschäfts, unterstützt durch das Einlagengeschäft, verbunden mit den Refinanzierungsmöglichkeiten bei der Société Générale, ist die Finanzlage stabil. In Kombination mit der soliden Auslastung des Eigenkapitals ist die gesamte Lage der Hanseatic Bank als solide und wertbeständig anzusehen.

Eigenkapital und Liquidität

Zum Ende des Geschäftsjahres 2011 verfügte die Hanseatic Bank über ein Eigenkapital in Höhe von 106,6 Mio. EUR. Dabei entfielen 10,3 Mio. EUR auf die anderen Gewinnrücklagen und 0,1 Mio. EUR auf die Rücklage für eigene Anteile. Kapitalerhöhungen haben im Geschäftsjahr 2011 nicht stattgefunden. Wie in den Vorjahren wurde der laufende Gewinn an die Gesellschafter vollständig ausgeschüttet.

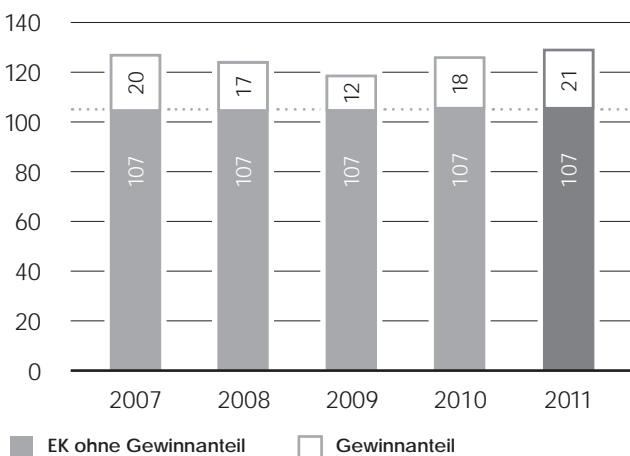
Bilanzsumme in Mio. EUR



Während des gesamten Geschäftsjahres wurden die Grundsätze zum Eigenkapital gem. der Solvabilitätsverordnung (SolvV) und Liquiditätsverordnung (LiV) gemäß 10 und 11 KWG eingehalten. Zum Geschäftsjahresende wurde eine EK-Quote nach der Solvabilitätsverordnung i. H. v. 8,6% ausgewiesen.

Die Hanseatic Bank analysiert zurzeit die Eigenkapitalanforderungen aus Basel III und wird die erforderlichen Maßnahmen einleiten.

Eigenkapital in Mio. EUR



Die Notwendigkeit einer Ad-hoc-Anzeige bei Änderung der modifizierten bilanziellen Eigenkapitalquote um mindestens 5% gegenüber dem jeweils letzten festgestellten Jahresabschluss gem. der im Vorjahr eingeführten Vorschrift des 24 Abs. 1 Nr. 16 KWG bestand unterjährig nicht.

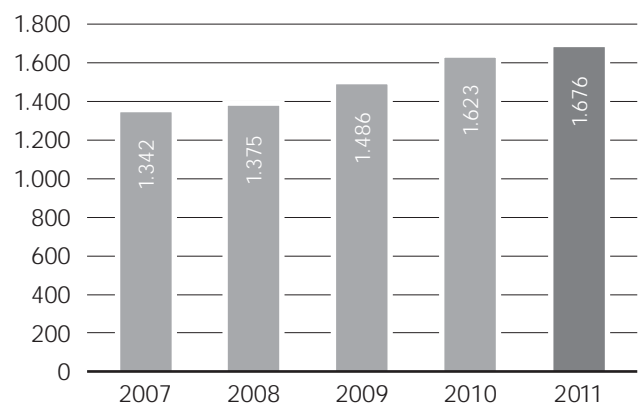
Die Liquiditätskennzahl lag zum Abschlussstichtag mit 1,4 deutlich über den Anforderungen der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht.

Forderungsvolumen

Das leichte Wachstum des Forderungsvolumens konnte im Jahr 2011 durch das konstant hohe Neugeschäft im Factoringgeschäft erzielt werden. Auch die Ausweitung der Geschäfte am Point of Sale und beider Kreditkarten trug zu dem Anstieg bei.

Neben den bilanziellen Geschäften bestehen unwiderrufliche Kreditzusagen in Höhe von 25,7 Mio. EUR.

Forderungsvolumen in Mio. EUR



Wertpapiere

Die Anlagen in festverzinslichen, beleihungsfähigen Wertpapieren stellen strategisch eine belastbare Anlagereserve der Bank dar. Zu diesem Zweck werden ausschließlich deutsche Staatspapiere gehalten.

Risikobericht

Verantwortung

Die Verantwortung für das Management und die Steuerung sämtlicher Risiken liegt in der Gesamtverantwortung der Geschäftsführung. Dazu werden von der Geschäftsführung die Geschäfts- und die Risikostrategie vorgegeben sowie auf dessen Basis die Kompetenzordnungen festgelegt. Die Strategien stehen im Einklang mit den Vorgaben des Mehrheitsgesellschafters.

Risikofähigkeit

Als wesentliches Konzept für die Risikosteuerung ist das Risikotragfähigkeitskalkül im Einsatz. Stabilität gegenüber Änderungen in den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wird durch auskömmliche Risikoprämien, eine zurückhaltende Kreditrisiko- sowie vorsichtige Zinsrisikostrategie erreicht. Entwicklungen in den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen können dennoch Einfluss auf die Erfolge der Hanseatic Bank haben. Im Rahmen des Risikotragfähigkeitskalküls erfolgt daher ein laufender Vergleich zwischen eingegangenen Risiken und der Risikodeckungsmasse der Bank.

Auf der einen Seite sieht sich die Hanseatic Bank dem Vertriebs-, dem Marktrisiko sowie Liquiditäts- und Zinsrisiken, die in Form eines Ertragsrisikos (Zinsergebnis, Provisionen) schlagend werden können, dem Adressenausfallrisiko erkennbar im Risikoergebnis (Kreditrisiko), allgemeinen Kostenrisiken (Personal-, Geschäfts- sowie sonstige Kosten) und operationellen Risiken sowie sonstigen Risiken (u. a. Betrug, Reputation, Recht, Strategie) als wesentliche Risikoarten gegenüber. Die Höhe der einzelnen Risiken wird in unterschiedlichen Betrachtungsweisen gemessen und zusammengeführt. Im Sinne der Going-Concern-Prämisse sollen auf der anderen Seite unerwartete Verluste ohne das Hinzuziehen von Kapital durch die laufenden Ergebnisse abgedeckt werden. Dadurch wird eine mögliche Bestandsgefährdung des Unternehmens laufend überwacht.

Im Geschäftsjahr 2011 war die Risikotragfähigkeit der Hanseatic Bank zu jedem Zeitpunkt in allen drei

Steuerungskreisläufen (periodisch, ökonomisch, aufsichtsrechtlich) gegeben. Die Summe der Risiken befand sich für alle gemessenen Risikoarten innerhalb des von der Geschäftsführung definierten Gesamtbanklimits.

Risikocontrolling

Die Hanseatic Bank ist vollständig in das Risikocontrolling der Societ Generale integriert und hat verschiedene Kennzahlen zur Risikomessung und -überwachung implementiert. Das Reporting erfolgt gemäß der MaRisk sowie zusätzlichen Vorgaben der Societ Generale. Das Risikocontrolling wird als eine eigenständige und im Sinne der Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk) vom Marktbereich unabhängige Organisationseinheit im Marktfolgebereich der Hanseatic Bank geführt. Die Berichterstattung erfolgt unmittelbar an die Geschäftsführung.

Der Bereich Risikocontrolling ist operativ verantwortlich für die Messung und das Reporting der Risikosituation der Bank. In diesem Rahmen gehören zu den Kernaufgaben die Implementierung und Weiterentwicklung von Risikoüberwachungs- und Risikosteuerungsmethoden sowie die laufende Identifizierung, Messung, Steuerung, Überwachung und Analyse der Adressenausfallrisiken und der operationellen Risiken auf Basis der bankspezifischen Modelle und Instrumente. Diese Einzelbetrachtungen werden zu einem Gesamtbankrisiko aggregiert.

Adressenausfallrisiken

Im Privatkundenkreditgeschäft werden ausschließlich Kredite an natürliche Personen vergeben, sodass sich das Adressenausfallrisiko bei der Hanseatic Bank auf die Zahlungsunfähigkeit dieser Kreditnehmergruppe beschränkt. Branchenspezifische Entwicklungen haben somit keinen direkten Einfluss auf das Adressenausfallrisiko. Eine Adressrisikoanalyse findet zu jedem erwarteten Zahlungszeitpunkt statt. Erwarteten Ausfallrisiken wird durch eine monatliche Forderungsbewertung in Form der Bildung von pauschalierten Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen. Für latente Bonitätsrisiken im Kreditgeschäft wird durch die Bildung von Pauschalwertberichtigungen Vorsorge getroffen.

Die Kreditentscheidungen für die verschiedenen Geschäftsportfolios werden durch den Einsatz statistisch-mathematischer Verfahren – sogenanntes Scoring – unter Berücksichtigung des Risiko-Rendite-Verhältnisses getroffen.

Die Hereinnahme von Sicherheiten ist gemäß Risikostrategie von untergeordneter Bedeutung für die Hanseatic Bank.

Marktpreisrisiken

Die Hanseatic Bank ist ein Nichthandelsbuchinstitut. Die wenigen Handelsaktivitäten im Rahmen der strategischen Anlage im Anlagebuch werden in einem engen Rahmen durchgeführt. Marktpreisrisiken ergeben sich somit für die Hanseatic Bank vornehmlich in Gestalt von Zinsrisiken im Zinsbuch. Diese Risiken werden durch eine fristenkongruente Refinanzierung sowie fixierte Rahmenbedingungen für die Handelsaktivitäten der Aktiv- und Passivseite begrenzt. Das Zins- und Liquiditätsrisiko wird hierbei über die Abhängigkeit der Fristen (kurz-, mittel- und langfristig) gesteuert. Dabei stützt die Hanseatic Bank ihre Entscheidungen zur Quantifizierung, Begrenzung und Steuerung des Zinsrisikos auf ein barwertiges Risikomodell. Daneben wird monatlich der Risikostatus auf Grundlage des Ausreißertests gemäß den im Jahr 2007 aufsichtsrechtlich fixierten und im Jahr 2011 angepassten Vorschriften berechnet. Die Hanseatic Bank wies im Berechnungszeitraum zu keinem Stichtag im Sinne dieser Vorschriften ein erhöhtes Zinsrisiko auf. Die Auslastung ist als gering einzustufen.

Operationelle Risiken (OpRisk)

Die Bank nutzt zur Messung der operationellen Risiken den fortgeschrittenen Messansatz (AMA) i. S. d. § 278 ff. SolV.

Die Erfassung und Meldung von Schadenfällen wird durch den zentralen OpRisk-Verantwortlichen durchgeführt. Diese Fälle werden auf Risikogehalt hin untersucht und nachgehalten. Oberhalb einer festgesetzten Grenze werden diese zudem zum Ende eines jeden Quartals an die Societale Group gemeldet. Darüber

hinaus hat die Hanseatic Bank ein OpRisk-Managementsystem gemäß MaRisk implementiert.

Vertriebsrisiko

Der Hanseatic Bank kann ein Vertriebsrisiko entstehen, wenn Produkte am Markt nicht abgesetzt werden können. Zur Diversifizierung des Kreditportfolios werden über diverse Vertriebswege verschiedene Geschäftsfelder bedient. Während Konsumentenkredite und das Kreditkartengeschäft in Verbindung mit Revolving-Credit vorwiegend direkt an den Endkunden über das Internet, Mailings oder das Telefon vertrieben werden, werden Absatzfinanzierungen am Point of Sale und immobiliennahe Kredite mittelbar über Partner vergeben. Das Factoringgeschäft wird direkt mit den Versandhändlern abgewickelt.

Governance

Die Geschäftsführung der Hanseatic Bank hat diverse Ausschüsse etabliert, die einen standardisierten Informationsaustausch der verschiedenen Funktionsbereiche gewährleisten und einem effizienten, ausgewogenen und bankweiten Risikomanagement dienen.

Das obergeordnete Gremium ist der Risikoausschuss, der mindestens vierteljährlich die Gesamtrisikosituation der Bank sowie Änderungen im Risikomanagementsystem diskutiert. Ferner werden in diesem Ausschuss Veränderungen in der Kreditentscheidung sowie der Geschäfts- und Risikostrategie behandelt. Der Risikoausschuss setzt sich aus der Geschäftsführung, leitenden Mitarbeitern des Markt- und Marktfolgebereichs, der Revision sowie Vertretern der Societale Group Consumer Finance zusammen.

Die weiteren Ausschüsse (Factoringausschuss, Merchant committee, Debt collection committee, Operational Risk und Compliance committee) behandeln spezielle risikorelevante Fragestellungen und verstehen sich als Ergänzung zum vierteljährlichen Risikoausschuss.

Verbandszugehörigkeiten

Die Bank ist Mitglied im Bundesverband deutscher Banken e.V., Berlin, im Prüfungsverband deutscher Banken e.V., Köln, im Bankenverband Hamburg e.V. sowie weiterer regionaler Bankenverbände, im Verband der Auslandsbanken und im Bankenfachverband e.V., Berlin. Im Rahmen dieser Mitgliedschaften wirkt die Bank am Einlagensicherungsfonds mit. Daneben ist die Bank Mitglied im PENSIONS-SICHERUNGS-VEREIN Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit, Köln.

Ausblick

Mit einem Maßnahmenkatalog im Rahmen eines strategischen Optimierungsprogramms hat sich die Hanseatic Bank längerfristige Ziele gesetzt, die auch im kommenden Jahr weiter verfolgt werden. Profitables Wachstum mit einer effizienten Abwicklung sollen die Kunden- und Partnerzufriedenheit laufend verbessern. Ziel ist es, in den Aktivitäten die Referenz in den verschiedenen Märkten zu werden.

Die Hanseatic Bank plant für das Geschäftsjahr 2012 eine konsolidierte Neugeschäftssteigerung, die vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mit einer individuellen sowie teilweise selektiven Vergabepolitik einhergeht. Ein Wachstum wird für das Geschäftsfeld Konsumentenkredite in Form von Ratenkrediten oder Revolvingkreditkarten angestrebt. Die Erwartungen für das immobiliennahe Geschäft zeigen sich deutlich verbessert. Für die Warenfinanzierung aus den Versandhäusern werden weiterhin nachhaltig stabile Effekte erwartet.

Für das kommende Geschäftsjahr wird mit einem Jahresüberschuss gerechnet, der aufgrund des 2011er-Sondereffekts im Risikoergebnis unter dem Niveau des abgelaufenen Geschäftsjahres liegen soll. Das kontrahierte Zinsniveau wird weiterhin entlastende Effekte auf der Refinanzierungsseite aufrechterhalten, jedoch könnte dennoch steigender Zinsaufwand aus der angespannten Konkurrenzsituation um Kundengeld

entstehen. Die Risiken in der Kreditnachfrage scheinen sich zu verringern, sodass auf der Zinsertragsseite mögliche negative Abweichungen als geringer einzustufen sind als zu Beginn des letzten Geschäftsjahres. Das Provisionsergebnis wird durch die laufenden Verträge über das Jahr 2011 hinaus eine positive Wirkung entfalten, jedoch durch den Wegfall der Kontoführungsgebühren nicht an das Niveau des Vorjahres heranreichen können. Das Investitions- und Kostenmanagement soll zusammen mit Effizienzsteigerungen im Jahr 2012 wieder eine sinkende Cost-Income-Ratio erzielen.

In der Risikovorsorge im Kreditgeschäft scheinen trotz der globalen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland mit dem guten Ausblick für den Arbeitsmarkt für die privaten Kreditnehmer keine eintrübenden Effekte aufzutreten. Es kann nach wie vor damit gerechnet werden, dass die Zahlungsfähigkeit der Privatkunden nicht abnehmen wird.

Für das anschließende Geschäftsjahr 2013 sollte sich der solide Trend fortsetzen. Inwieweit sich die Neugeschäftspolitik der Bank wieder expansiver gestalten lässt, hängt nicht zuletzt auch von den regulativen Einflüssen ab. Insbesondere im Bereich des Kostenmanagements werden sich jedoch Erfolge einstellen, da sich die Investitionen im Jahr 2012 auf die Konsolidierung der IT-Landschaft fokussieren.

Die Hanseatic Bank wird sich im für die Finanzwirtschaft schwierigen Umfeld gut behaupten können und in ihren Produkten und Märkten daran arbeiten, sich als Referenz zu entwickeln. Die Investitionen in die weitere Verbesserung des Risikomanagementsystems (u. a. die Erarbeitung der Basel II IRBA-Fähigkeit, Weiterentwicklung Monitoring- und Scoresysteme) sowie der Ausbau der Geschäftsaktivitäten im Konsumenten- sowie immobiliennahen Kreditgeschäft zur Sicherung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Bank werden laufend im Sinne einer effizienten Abwicklung fortgesetzt. Die Hanseatic Bank wird ihre strategischen Ziele konsequent mit striktem Risikomanagement verfolgen und vor dem Hintergrund ihrer Risikotragfähigkeit gestalten.

Nachtragsbericht

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag liegen nicht vor.

Hamburg, 15. März 2012

Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH,
Hamburg
Geschäftsführung



Michel Billon



Detlef Zell

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2011

Bilanz zum 31. Dezember 2011

Aktivseite	31.12.2011 EUR	31.12.2010 TEUR
01. Barreserve		
a. Kassenbestand	721.355	844
b. Guthaben bei Zentralnotenbanken	18.413.254	12.004
<i>darunter: bei der Deutschen Bundesbank</i>	<i>18.413.254</i>	<i>12.004</i>
	19.134.609	
02. Forderungen an Kreditinstitute		
a. täglich fällig	27.475	13
b. andere Forderungen	0	0
	27.475	
03. Forderungen an Kunden	1.675.699.455	1.623.348
<i>darunter: durch Grundpfandrechte gesichert</i>	<i>18.854.251</i>	<i>20.293</i>
04. Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere		
a. Anleihen und Schuldverschreibungen		
aa. von öffentlichen Emittenten	147.350.016	137.049
<i>darunter: beleihbar bei der Deutschen Bundesbank</i>	<i>147.350.016</i>	<i>137.049</i>
ab. von anderen Emittenten	0	0
<i>darunter: beleihbar bei der Deutschen Bundesbank</i>	<i>0</i>	<i>0</i>
	147.350.016	
05. Aktien und andere nicht festverzinsliche Wertpapiere	7.349	7
06. Beteiligungen	25.565	26
<i>darunter: an Kreditinstituten</i>	<i>25.565</i>	<i>26</i>
07. Anteile an verbundenen Unternehmen	183.251	183
08. Treuhandvermögen	0	129
09. Immaterielle Anlagewerte		
a. entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	9.153.991	10.367
10. Sachanlagen	5.188.626	4.923
11. Sonstige Vermögensgegenstände	2.083.851	1.463
12. Rechnungsabgrenzungsposten	1.220.274	919
Summe der Aktiva	1.860.074.462	1.791.275

Passivseite	31.12.2011 EUR	31.12.2010 TEUR
01. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
a. täglich fällig	7.001.200	20.034
b. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	502.819.024	777.665
	509.820.224	
02. Verbindlichkeiten gegenüber Kunden		
a. Spareinlagen		
aa. mit vereinbarter Kündigungsfrist von drei Monaten	374.604.695	339.850
ab. mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als drei Monaten	6.135.993	8.515
	380.740.688	
b. Andere Verbindlichkeiten		
ba. täglich fällig	412.604.679	336.004
bb. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	342.718.475	101.315
	755.323.154	
	1.136.063.842	
03. Treuhandverbindlichkeiten	0	129
04. Sonstige Verbindlichkeiten	4.144.889	4.682
05. Rechnungsabgrenzungsposten	50.117.854	46.037
06. Rückstellungen		
a. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	3.997.724	3.724
b. Steuerrückstellungen	11.246	483
c. andere Rückstellungen	8.436.587	7.979
	12.445.557	
07. Nachrangige Verbindlichkeiten	20.178.378	20.136
08. Eigenkapital		
a. gezeichnetes Kapital	83.950.000	83.950
b. Kapitalrücklage	12.224.162	12.224
c. Gewinnrücklagen		
ca. Rücklage für eigene Anteile an einem herrschenden oder mehrheitlich beteiligten Unternehmen	100.000	100
cb. andere Gewinnrücklagen	10.296.838	10.297
	10.396.838	
d. Bilanzgewinn	20.732.718	18.151
	127.303.718	
Summe der Passiva	1.860.074.462	1.791.275
01. Eventualverbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften und Gewährleistungsverträgen	51.088	63
02. Andere Verpflichtungen		
Unwiderrufliche Kreditzusagen	25.691.975	22.549

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011

	EUR	2011 EUR	2010 TEUR
01. Zinserträge aus			
a. Kredit- und Geldmarktgeschäften	138.155.158		139.579
b. festverzinslichen Wertpapieren und Schuldbuchforderungen	5.166.679		5.191
	143.321.837		
02. Zinsaufwendungen	40.411.895	102.909.942	40.416
03. aufende Erträge aus			
a. Aktien und anderen nicht festverzinslichen Wertpapieren	24		0
b. Beteiligungen	368		1
c. Anteilen an verbundenen Unternehmen	385	777	8
04. Erträge aus Gewinngemeinschaften, Gewinnabführungs- oder Teilgewinn- abführungsverträgen		108.085	108
05. Provisionserträge	17.152.759		16.596
06. Provisionsaufwendungen	9.427.686	7.725.073	7.059
07. Sonstige betriebliche Erträge		6.360.948	7.626
08. Allgemeine Verwaltungsaufwendungen			
a. Personalaufwand			
aa. öhne und Gehälter	13.271.769		11.986
ab. Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung <i>darunter: für Altersversorgung</i>	2.484.074 339.975		2.627 381
	15.755.843		
b. Andere Verwaltungsaufwendungen	38.006.141	53.761.984	36.954
09. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf immaterielle Anlagewerte und Sachanlagen		3.817.932	3.558
10. Sonstige betriebliche Aufwendungen		1.121.537	185
11. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Forderungen und bestimmte Wertpapiere sowie Zuführungen zu Rückstellungen im Kredit- geschäft		35.891.967	47.609
12. Erträge aus Zuschreibung zu Beteiligungen, An- teilen an verbundenen Unternehmen und wie Anlagevermögen behandelten Wertpapieren		165.540	132
13. Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit		22.676.945	18.847
14. Außerordentliche Aufwendungen		71.345	0
15. Außerordentliches Ergebnis		-71.345	-86
16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	1.919.508		535
17. Sonstige Steuern, soweit nicht unter Posten 10 ausgewiesen	-46.626	1.872.882	75
18. Jahresüberschuss		20.732.718	18.151
19. Bilanzgewinn		20.732.718	18.151

Anhang für das Geschäftsjahr 2011

Rechtsgrundlage

Der Jahresabschluss der Bank wurde unter Beachtung der Vorschriften der Rechnungslegung für Kreditinstitute (340 ff. HGB) und unter Beachtung der Verordnung über die Rechnungslegung für Kreditinstitute (RechKredV) aufgestellt.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

Die Hanseatic Bank übt die Wahlrechte der Aktivierung latenter Steuern sowie selbsterstellter immaterieller Vermögensgegenstände nicht aus.

Guthaben bei der Bundesbank

Die Bundesbankguthaben werden unter Berücksichtigung zeitlicher Buchungsunterschiede zum Nominalbetrag ausgewiesen.

Forderungen an Kreditinstitute

Die Forderungen an Kreditinstitute werden unter Berücksichtigung zeitlicher Buchungsunterschiede zum Nominalbetrag einschließlich Zinsabgrenzungen ausgewiesen.

Forderungen an Kunden

Die Forderungen an Kunden bestehen aus Forderungen aus dem Tilgungskreditgeschäft (eigenes Ratenkreditgeschäft), aus Forderungen aus dem Kreditkartengeschäft, aus übrigen eigenen Krediten (Kontokorrent-Kredite) sowie Forderungen aus dem Forderungsankauf von Ratenforderungen der Otto (GmbH & Co KG), Hamburg, und der SCHWAB VERSAND GmbH, Hanau (Factoring-Forderungen).

Tilgungskreditgeschäft

Die Forderungen aus dem eigenen Ratenkreditgeschäft werden zum Kredit-Nennbetrag einschließlich Bearbeitungsgebühren und aktivischer Zinsabgrenzungen ausgewiesen. Die Bearbeitungsgebühren werden passivisch abgegrenzt und laufzeitanteilig linear vereinnahmt. Eine weitere passivische Zinsabgrenzung ist nicht erforderlich, da die Zinsberechnung taggenau monatlich nachträglich erfolgt. Die Einzelwertberichtigungen werden in Abhängigkeit vom Zahlungsverhalten der Kunden gebildet. Die Wertberichtigungen werden aktivisch abgesetzt. Das latente Kreditrisiko wird in Anlehnung an die steuerliche Berechnungssystematik durch Bildung einer PWB berücksichtigt.

Kreditkartengeschäft

Die Forderungen aus dem Kreditkartengeschäft sind zum Nominal-Kreditbetrag einschließlich aktivischer Zins- und Gebührenabgrenzungen abzüglich der erforderlichen Einzel- und Pauschalwertberichtigungen ausgewiesen.

Übriges eigenes Kreditgeschäft

Die Kontokorrent-Kredite sind zum Nominal-Kreditbetrag abzüglich der erforderlichen Einzel- und Pauschalwertberichtigungen ausgewiesen.

Factoring-Forderungen

Die Factoring-Forderungen werden brutto einschließlich der Zinsaufschläge ausgewiesen. Es werden Einzel- und Pauschalwertberichtigungen gebildet, die den erkennbaren und den latenten Risiken ausreichend Rechnung tragen und aktivisch abgesetzt werden. Die Zinsaufschläge wurden passivisch abgegrenzt und laufzeitanteilig nach der Effektivzinsmethode vereinnahmt.

Wertpapiere des Umlaufvermögens

In dem ausgewiesenen Bestand befinden sich nur börsenfähige und börsennotierte Wertpapiere, die nach dem strengen Niederstwertprinzip zu Marktpreisen bewertet und einschließlich der anteiligen Stückzinsen ausgewiesen werden.

Finanzanlagen

Wertpapiere des Anlagevermögens

In dem ausgewiesenen Bestand befinden sich nur börsenfähige und börsennotierte Wertpapiere, die nach dem gemilderten Niederstwertprinzip zu Marktpreisen bewertet und einschließlich der anteiligen Stückzinsen ausgewiesen werden.

Aktien

Die im Bestand befindlichen Aktien sind börsenfähige und börsennotierte Papiere, die nach dem gemilderten Niederstwertprinzip zu Marktpreisen bewertet wurden.

Beteiligungen

Die Beteiligung an der Liquiditäts-Konsortialbank GmbH, Frankfurt am Main, ist zu Anschaffungskosten angesetzt.

Anteile an verbundenen Unternehmen

Die Hanseatic Bank GmbH & Co KG hält 100 % der Anteile an der Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg, und 100 % der Anteile an der HSCE Hanseatic Service Center GmbH, Hamburg. Die Bewertung der Gesellschaftsanteile erfolgt zu Anschaffungskosten.

Immaterielle Anlagewerte

Bei den immateriellen Anlagewerten handelt es sich nahezu ausschließlich um Software und Softwarelizenzen, die linear über sieben Jahre abgeschrieben werden. Das übrige immaterielle Anlagevermögen wird linear über vier Jahre abgeschrieben.

Aktivierungspflichtige Standardsoftware über 150,- EUR zzgl. Umsatzsteuer wird linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer abgeschrieben.

Sachanlagen

Betriebs- und Geschäftsausstattung

Einbauten in den Regionalvertretungen werden monatsgenau linear unter Zugrundelegung der Restlaufzeit des Mietvertrags zuzüglich der halben Optionszeit abgeschrieben. Einbauten in der Zentrale werden monatsgenau linear unter Zugrundelegung der Restlaufzeit des Mietvertrags abgeschrieben. Für die beweglichen Anlagegüter erfolgte die Abschreibung bis zum 31. Dezember 2007 grundsätzlich degressiv mit den steuerlich zulässigen Höchstbeträgen unter Zugrundelegung der betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer. Überschreitet die Abschreibung der linearen Methode die degressive, wurde ein Methodenwechsel vorgenommen und das Anlagegut bis zum aufzeitende linear abgeschrieben. Anlagegüter, die seit dem 1. Januar 2008 angeschafft worden sind, werden linear unter Zugrundelegung ihrer betriebsgewöhnlichen Nutzungsdauer abgeschrieben. Anlagegüter, deren Anschaffungskosten einen Betrag von 150,- EUR, aber nicht von 1.000,- EUR zzgl. Umsatzsteuer übersteigen, werden in einem Sammelposten eingestellt und in fünf gleichen Jahresraten, beginnend im Anschaffungsjahr, abgeschrieben.

Sonstige Vermögensgegenstände

Die Vermögensgegenstände werden grundsätzlich zum Nominalbetrag angesetzt. Büromaterial wird zu Festwerten angesetzt.

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bestehen ausschließlich gegenüber der Muttergesellschaft Societ Generale und sind zum Erfüllungsbetrag einschließlich Zinsabgrenzungen bewertet.

Verbindlichkeiten gegenüber Kunden

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kunden sind zum Erfüllungsbetrag einschließlich Zinsabgrenzungen bewertet.

In den Verbindlichkeiten sind abgezinste und normalverzinsliche Sparbriefe enthalten. Die abgezinste Sparbriefe werden zu ihren Zeitwerten, die normalverzinslichen Sparbriefe, die Festgelder, die Schuldscheindarlehen sowie die Spareinlagen mit dem Erfüllungsbetrag zuzüglich der zum Bilanzstichtag abgegrenzten Zinsen ausgewiesen.

Sonstige Verbindlichkeiten

Sonstige Verbindlichkeiten sind zum Erfüllungsbetrag ausgewiesen.

Rückstellungen

Pensionsrückstellungen

Die Pensionsrückstellungen wurden nach versicherungsmathematischen Grundsätzen auf Basis der Richttafeln von 2005G von Dr. Klaus Heubeck barwertig nach der projizierten Einmalbetragsmethode ermittelt. Als Rechnungszins wurden 5,14% im Sinne der RückAbzinsV zugrunde gelegt. Als Gehaltssteigerungen wurden 2% angenommen, als Rentensteigerung 1,75%. Die Dynamik der Beitragsbemessungsgrenze der gesetzlichen Rentenversicherung wurde mit 2% gerechnet. Bezüglich der Fluktuation wurden unternehmenseigene Fluktuationstabellen herangezogen.

Andere Rückstellungen

Die anderen Rückstellungen werden nach vernünftiger kaufmännischer Beurteilung für ungewisse sonstige Verbindlichkeiten in Höhe des Erfüllungsbetrags gebildet. Rückstellungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr werden nach der RückAbzinsV lt. den von der Bundesbank veröffentlichten Zinssätzen nach §253 Abs. 2 HGB unter Berücksichtigung erwarteter Kostensteigerungen abgezinst.

Nachrangdarlehen

Das Nachrangdarlehen besteht ausschließlich gegenüber der Muttergesellschaft Soci t G n rale in Höhe von nominal 20.000 TEUR und ist zum Erfüllungsbetrag einschließlich abgegrenzter Zinsen ausgewiesen.

Angaben zur Erläuterung der Bilanz

Finanzanlagen

In den festverzinslichen Wertpapieren sind stille Reserven zum Bilanzstichtag i.H.v. 14.606 TEUR enthalten. Der beizulegende Wert der festverzinslichen Wertpapiere wurde anhand von Börsenkursen ermittelt und beträgt 158.037 TEUR, der Buchwert beträgt 143.431 TEUR.

Anlagenspiegel

	Anschaffungskosten			Stand am 31.12.2011 TEUR
	Stand am 01.01.2011 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	
Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere des Anlagevermögens	129.252	10.975	10.680	129.547
Aktien	7	0	0	7
Beteiligungen	26	0	0	26
Anteile an verbundenen Unternehmen	183	0	0	183
Immaterielle Anlagewerte	20.369	2.007	96	22.280
Sachanlagen (Betriebs- und Geschäftsausstattung)	11.752	938	210	12.480
	161.589	13.920	10.986	164.523

Forderungen an beteiligte Unternehmen

In den Forderungen an Kunden sind 248 TEUR (i.Vj. 0 TEUR) unverbriefte Forderungen an beteiligte Unternehmen enthalten.

Forderungsspiegel

Bilanzposten	Restlaufzeiten				Summe TEUR
	bis 3 Monate TEUR	mehr als 3 Monate bis 1 Jahr TEUR	mehr als 1 Jahr bis 5 Jahre TEUR	mehr als 5 Jahre TEUR	
Forderungen an Kunden	444.215	496.767	582.678	152.039	1.675.699
<i>darunter Forderungen mit unbestimmter Laufzeit</i>	<i>78.042</i>				

Anteilige Zinsen, die erst nach dem Bilanzstichtag fällig werden, werden der Gruppe „bis drei Monate“ zugeordnet.

Abschreibungen			Buchwerte		
Stand am 01.01.2011 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	Stand am 31.12.2011 TEUR	Stand am 31.12.2011 TEUR	Stand am 31.12.2010 TEUR
193	155	0	348	129.200	129.059
0	0	0	0	7	7
0	0	0	0	26	26
0	0	0	0	183	183
10.002	3.163	39	13.126	9.154	10.367
6.829	655	193	7.291	5.189	4.923
17.024	3.973	232	20.765	143.758	144.565

Forderungen an nahestehende Unternehmen

In den sonstigen Vermögensgegenständen sind 208 TEUR (i.Vj. 0 TEUR) unverbriefte Forderungen gegenüber nahestehenden Unternehmen enthalten.

Wertpapiere des Umlaufvermögens

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens in Höhe von 14.342 TEUR (i.Vj. 4.087 TEUR) werden als Liquiditätsreserve gehalten. Der Ausweis erfolgt einschließlich anteiliger Zinsen.

Von dem ausgewiesenen Bestand werden im auf den Bilanzstichtag folgenden Jahr 111 TEUR Zinsen (i.Vj. 125 TEUR) und ein Wertpapier im Nominalwert von 2.000 TEUR fällig.

Wertpapiere des Anlagevermögens

Die in Höhe von 133.008 TEUR (i.Vj. 132.962 TEUR) im Anlagevermögen ausgewiesenen Wertpapiere sind einschließlich anteiliger Zinsen ausgewiesen.

Von dem ausgewiesenen Bestand werden im auf den Bilanzstichtag folgenden Jahr 3.808 TEUR Zinsen (i.Vj. 3.903 TEUR) und ein Wertpapier mit einem Nominalwert von 11.000 TEUR fällig.

Anteile an verbundenen Unternehmen

Die Anteile an verbundenen Unternehmen bestehen zum einen an der Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg, die auch persönlich haftende Gesellschafterin der Bank ist. Die Bank hält 100% der Anteile in Höhe von 100 TEUR. Dies entspricht dem gezeichneten Kapital der Gesellschaft. Die Gesellschaft erzielte im Geschäftsjahr 2011 einen Jahresüberschuss in Höhe von 6 TEUR. Zum anderen besteht ein 100%iger Anteil an der HSCE Hanseatic Service Center GmbH, Hamburg, in Höhe von 83 TEUR. Der Jahresüberschuss aus 2011 in Höhe von 108 TEUR wurde über den Ergebnisabführungsvertrag in der Gewinn- und Verlustrechnung der Bank ausgewiesen. Die Anteile an den verbundenen Unternehmen stellen keine börsenfähigen Wertpapiere dar.

Sachanlagen

Der Gesamtbetrag der Betriebs- und Geschäftsausstattung beläuft sich auf 5.189 TEUR (i.Vj. 4.923 TEUR).

Sonstige Vermögensgegenstände

Die sonstigen Vermögensgegenstände bestehen im Wesentlichen aus Forderungen gegenüber Versicherungen für Provisionen für das Jahr 2011 in Höhe von 1.344 TEUR (i.Vj. 958 TEUR) und aus Gewerbesteuer Vorauszahlungen für die Jahre 2010 und 2011 in Höhe von 380 TEUR (i.Vj. 386 TEUR).

Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind unverbriefte Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 509.820 TEUR (i.Vj. 797.700 TEUR) enthalten. Diese bestehen ausschließlich gegenüber dem Gesellschafter Soci t G n ale.

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kunden sind unverbriefte Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 1.941 TEUR (i.Vj. 2.065 TEUR) enthalten, die in gleicher Höhe auch gegenüber Gesellschaftern bestehen.

Die nachrangigen Verbindlichkeiten in Höhe von 20.178 TEUR (i.Vj. 20.136 TEUR) bestehen ausschließlich gegenüber dem Gesellschafter Soci t G n ale.

Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kunden sind unverbriefte Verbindlichkeiten gegenüber beteiligten Unternehmen in Höhe von 9.076 TEUR (i.Vj. 17.584 TEUR) enthalten, die in gleicher Höhe gegenüber den Gesellschaftern bestehen.

Sonstige Verbindlichkeiten

In den sonstigen Verbindlichkeiten sind mit 654 TEUR (i. Vj. 580 TEUR) noch abzuführende Steuern aus den Gehaltsabrechnungen November und Dezember 2011 enthalten. In Höhe von 237 TEUR (i.Vj. 426 TEUR) besteht eine Verbindlichkeit gegenüber dem Kreditlebensversicherer Cardif, in Höhe von 535 TEUR (i.Vj. 678 TEUR) gegenüber dem Versicherer AXA. Weitere Verbindlichkeiten bestehen in Höhe von 2.426 TEUR (i.Vj. 2.116 TEUR) gegenüber dem Finanzamt für Kapitalertrag- und Umsatzsteuer aus Dezember 2011.

Verbindlichkeitspiegel

Bilanzposten	Restlaufzeiten				Summe EUR
	bis 3 Monate EUR	mehr als 3 Monate bis 1 Jahr EUR	mehr als 1 Jahr bis 5 Jahre EUR	mehr als 5 Jahre EUR	
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit vereinbarter aufzeit oder Kündigungsfrist	136.819	150.000	145.000	71.000	502.819
Verbindlichkeiten gegenüber Kunden					
a) Spareinlagen					
ab) mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als drei Monaten	1.698	927	1.390	2.121	6.136
b) andere Verbindlichkeiten					
bb) mit vereinbarter aufzeit oder Kündigungsfrist	64.719	108.273	161.512	8.214	342.718

Anteilige Zinsen, die erst nach dem Bilanzstichtag fällig werden, werden der Gruppe „bis drei Monate“ zugeordnet.

Fremdwährungsschulden

Fremdwährungsschulden bestehen nicht.

Passive Rechnungsabgrenzung

Die passive Rechnungsabgrenzung beinhaltet 33.975 TEUR (i.Vj. 31.211 TEUR) für Ratenaufschläge aus dem Factoringgeschäft, 12.489 TEUR (i.Vj. 12.203 TEUR) für Bearbeitungsgebühren und 3.583 TEUR (i.Vj. 2.373 TEUR) für Zinssubventionen. Diese werden linear laufzeitanteilig aufgelöst.

Zudem ist in der passiven Rechnungsabgrenzung ein von der DFH-Bank erhaltenes Disagio für angekaufte Schuld-scheindarlehen und Sparbriefe in Höhe von 24 TEUR (i.Vj. 147 TEUR) enthalten.

Pensionsrückstellungen

Der sich aus der Neubewertung der Pensions- und ähnlichen Rückstellungen zum 1.1.2010 ergebende Unterschiedsbetrag wird gem. §67 Abs. 1 EGHGB auf fünf Jahre verteilt. Zum Jahresende besteht ein nicht bilanzierter Unterschiedsbetrag in Höhe von 214 TEUR.

Andere Rückstellungen

Die anderen Rückstellungen betreffen vorwiegend Rückstellungen für Provisionszahlungen an Vertriebspartner in Höhe von 928 TEUR (i.Vj. 1.730 TEUR), Prozesskostenrisiken und Schadenersatzansprüche 450 TEUR (i.Vj. 1.317 TEUR) sowie für EDV-Kosten 758 TEUR (i.Vj. 892 TEUR). Für Prüfungskosten wurden 590 TEUR (i.Vj. 215 TEUR) zurückgestellt. Zusätzlich wurden Rückstellungen für Abfindungen in Höhe von 1.270 TEUR (i.Vj. 12 TEUR) sowie Prämien und Urlaubsansprüche in Höhe von 866 TEUR (i.Vj. 968 TEUR)

gebildet. Für Rückerstattungsforderungen von Darlehens-Kontoführungsgebühren sowie möglichen Erstattungsansprüchen für Bearbeitungsgebühren im Darlehensbereich wurden erstmals 1.000 TEUR zurückgestellt. Die restlichen 2.575 TEUR (i.Vj. 2.319 TEUR) betreffen diverse Kostenrechnungen und Personalaufwendungen.

Für den Ausweis der Jubiläumsrückstellungen macht die Hanseatic Bank vom Beibehaltungswahlrecht Gebrauch. Die Höhe der Rückstellung aus dem Vorjahr bleibt unter Berücksichtigung des Jahresverbrauchs in Höhe von 91 TEUR bestehen. Der Betrag der Berdeckung nach Art. 67 Abs. 1 Satz 4 EGHGB beträgt zum Ende des Geschäftsjahres 33 TEUR.

Für die Berechnung der Rückstellungen für Altersteilzeitverpflichtungen wurde ein Zinssatz von 5,14% angenommen. Auch die übrigen Annahmen lehnen sich an die der Berechnung der Pensionsrückstellungen an.

Die Rückstellung für die Anmietung von Räumlichkeiten für Archive wurde nach dem von der Bundesbank veröffentlichten Rechnungszins für acht Jahre mit 4,69% abgezinst.

Die übrigen anderen Rückstellungen sind kurzfristig.

Nachrangige Verbindlichkeiten

Bei den nachrangigen Verbindlichkeiten handelt es sich um ein Nachrangdarlehen der Soci t G n rale in Höhe von 20.000 TEUR einschließlich nach dem Bilanzstichtag fälligen Zinsen in Höhe von 178 TEUR. Das Darlehen ist fällig am 25.02.2015. Die Zinsvereinbarung lautet auf den 6-Monats-EURIBOR + 0,75 (zum Abschlussstichtag 2,489). Die Nachrangabreden sehen vor, dass das eingezahlte Kapital im Falle eines Konkurses oder der Liquidation der Bank erst nach Befriedigung aller nicht nachrangigen Gläubiger zurückerstattet wird. Eine vorzeitige Rückzahlung ist vertraglich ausgeschlossen. Im Berichtsjahr sind für

das Nachrangdarlehen Zinsen in Höhe von 450 TEUR (i.Vj. 365 TEUR) angefallen. Die nachrangigen Verbindlichkeiten werden als Eigenkapital angerechnet.

Sonstige Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und andere Verpflichtungen

Es bestehen unwiderrufliche Kreditzusagen in Höhe von 25.692 TEUR (i.Vj. 22.549 TEUR). Diese resultieren aus einer Vielzahl von Kleinbetrags-Krediten im Point-Of-Sale-Bereich, die bereits genehmigt, aber noch nicht ausgezahlt sind.

Angaben zur Erläuterung der Gewinn- und Verlustrechnung

Zinsergebnis

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen

	TEUR	Vorjahr
Zinserträge aus eigenem Ratenkreditgeschäft	76.905	79.024
Zinserträge aus dem Factoringgeschäft	60.897	60.378
übrige Zinserträge	5.520	5.368
Zinsaufwand für Kredite von Kreditinstituten	-17.039	-22.239
Zinsaufwand für Kundeneinlagen	-23.373	-18.177
	102.910	104.354

Provisionsergebnis

Das Provisionsergebnis setzt sich aus folgenden Positionen zusammen

	TEUR	Vorjahr
Provisionserträge aus dem Versicherungsgeschäft	8.346	7.705
Provisionserträge aus dem Ratenkreditgeschäft	4.802	5.200
Provisionserträge aus dem Zahlungsverkehr	1.690	1.692
übrige Provisionserträge	2.315	1.999
Provisionsaufwand für Kreditvermittlung	-8.659	-6.418
übriger Provisionsaufwand	-769	-641
	7.725	9.537

Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen

	TEUR	Vorjahr
Erträge aus Leistungsverrechnung mit Konzernfirmen	4.452	3.472
Auflösung von übrigen Rückstellungen	1.433	682
Erstattungen im Factoring-Geschäft, Inkasso-Gebühren	0	3.106
übrige Erträge	476	366
	6.361	7.626

Die Erträge aus Leistungsverrechnung bestehen zum größten Teil aus der Verrechnung von IT-Leistungen für die Tochtergesellschaft HSCE.

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde Erträge enthalten. Es handelt sich vorwiegend um die Auflösung von übrigen Rückstellungen in Höhe von 1.433 TEUR (i.Vj. 682 TEUR) und Kosten- sowie Zinserstattungen für Vorjahre in Höhe von 123 TEUR (i.Vj. 130 TEUR).

In den Steuern vom Einkommen und Ertrag sind Aufwendungen für Gewerbesteuern für das Jahr 2008 enthalten.

Allgemeine Verwaltungsaufwendungen

In den sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung sind 210 TEUR (i.Vj. 252 TEUR) Zinsen für die Zuführung zu den Pensionsrückstellungen enthalten.

In den Aufwendungen für Löhne und Gehälter sind 12 TEUR (i.Vj. 11 TEUR) für Zinsaufwand für die Zuführung von Rückstellungen für Altersteilzeit und Jubiläumsgeld enthalten.

Das im Geschäftsjahr erfasste Gesamthonorar des Abschlussprüfers beträgt für die Abschlussprüfungsleistungen 318 TEUR (i.Vj. 267 TEUR). Hiervon entfallen 290 TEUR auf Rückstellungen für Prüfungskosten 2011 und 28 TEUR auf die Jahresabschlussprüfung 2010.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind jeweils 500 TEUR für Zuführungen zu Rückstellungen für Erstattungen von Kontoführungs- und Bearbeitungsgebühren enthalten. Diese wurden aufgrund der Urteile vom BGH und OLG Karlsruhe 2011 für mögliche Inanspruchnahmen gebildet.

Außerordentliches Ergebnis

Die außerordentlichen Aufwendungen betreffen ausschließlich die Unterschiede für die Wertansätze der Rückstellungen nach HGB und BilMoG. Der Unterschiedsbetrag wird in Ausübung des Wahlrechts nach der Übergangsregelung auf fünf Jahre verteilt.

Sonstige Angaben

Gewinnverwendungsvorschlag

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresüberschuss in Höhe von 20.732.717,78 EUR wie folgt zu verwenden

	EUR
Steuerausgleich an SG Consumer Finance	1.905.317,61
Steuerausgleich an Otto (GmbH & Co KG)	2.518,34
Ausschüttung an Hanseatic Gesellschaft für Bank- beteiligungen mbH, Hamburg	15.000,00
Otto (GmbH & Co KG), Hamburg	4.702.470,46
SG Consumer Finance, Rueil Malmaison	14.107.411,37
Insgesamt	20.732.717,78

Organe

Die Geschäftsführung und Vertretung der Bank übt die Komplementärin Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg, aus.

Geschäftsführer der Komplementärin sind die Herren

Detlef Zell , Hamburg	Geschäftsführer Marktfolge Risiküberwachung
Michel Billon , Hamburg	Geschäftsführer Marktbereich IT

Der Beirat besteht aus den Herren

Didier Hauguel , (Vorsitzender), Paris (Frankreich)	Head Of Specialised Financial Services, Soci t G n rale S. A.
Jürgen Schulte-Laggenbeck , (stv. Vorsitzender), Hamburg	Konzern-Vorstand Finanzen und IT, Otto (GmbH & Co KG)
Hans-Werner Scherer , Hamburg	Vorsitzender der Geschäftsführung, KG EOS Holding GmbH & Co
Wolfgang F. Karsten , Mönchengladbach (bis 5. April 2011)	Stv. Aufsichtsratsvorsitzender GEFA Gesellschaft für Absatzfinanzierung mbH
Dr. Hermann Frohnhaus , Hamburg (ab 6. April 2011)	Vorstandssprecher Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe AG
Eric Delarue , Asni res-sur-Seine (Frankreich)	Regional Direktor SG Consumer Finance S. A.

Die Angabe der Organbezüge für die Geschäftsführer der Komplementärin unterbleibt in Anwendung des § 286 Abs. 4 HGB. Die Mitglieder des Beirats erhalten keine Organbezüge.

Es besteht ein Kredit an ein Organmitglied in Höhe von 175 TEUR (i.Vj. 202 TEUR).

Die Angaben nach der Institutvergütungsverordnung werden auf der Internetseite der Bank veröffentlicht werden.

Arbeitnehmer

Die Durchschnittszahlen wurden gem. § 285 Satz 1 Nr. 7 HGB berechnet.

	2011	2010
Kaufm. Angestellte	216	218
<i>davon Vollzeitkräfte</i>	188	189
<i>davon Teilzeitkräfte</i>	28	29

Konzernabschluss

Auf die Aufstellung eines Konzernabschlusses wird aufgrund der untergeordneten Bedeutung der Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH und der HSCE Hanseatic Service Center GmbH für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Hanseatic Bank GmbH & Co KG nach § 296 Abs. 2 HGB verzichtet.

Mutterunternehmen

Oberstes Mutterunternehmen ist die Soci t G n rale S.A. mit Sitz in Paris, Frankreich.

Die Komplementärgesellschaft Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg, verfügt über ein gezeichnetes Kapital von 100 TEUR.

Konzernklausel

Die Hanseatic Bank GmbH & Co KG gehört zum Konzern Soci t G n rale S.A., Paris. Die Soci t G n rale S.A. stellt einen Konzernabschluss auf, in den die Hanseatic Bank GmbH & Co KG einbezogen wird. Der Konzernabschluss der Soci t G n rale S.A. wird bei der Geschäftsstelle des Handelsgerichts Paris (Grefte du Tribunal de Commerce de Paris) hinterlegt.

Nicht in der Bilanz enthaltene Geschäfte

Mietverträge

Es bestehen zum Bilanzstichtag insgesamt 18 Mietverträge 2 für die Hauptverwaltung sowie 16 für die Kredit- und Finanzberatungen. Die Mietverpflichtungen betragen 10.054 TEUR bei einer maximalen Restlaufzeit von ca. 15 Jahren.

Leasingverträge

Es bestehen Leasingverträge für 47 Pkw mit Verpflichtungen in Höhe von 556 TEUR bei einer maximalen Restlaufzeit von ca. 48 Monaten. Weitere Leasingverträge bestehen für Hardware mit Verpflichtungen in Höhe von 647 TEUR bei einer maximalen Restlaufzeit zum Bilanzstichtag von ca. 42 Monaten.

Hamburg, 15. März 2012

Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH,
Hamburg
Geschäftsführung



Michel Billon



Detlef Zell

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss - bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang - unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung gemäß § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen der gesetzlichen Vertreter sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss der Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg, den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Düsseldorf, den 15. März 2012

Deloitte & Touche GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

(Dr. Göttgens)
Wirtschaftsprüfer

(ppa. Peters)
Wirtschaftsprüfer

Wir informieren Sie gern.

Wenn Sie Fragen zur Hanseatic Bank oder unseren Produkten haben, nehmen Sie bitte Kontakt zu uns auf. Wir sind immer für Sie da.

Hanseatic Service Center

Service-Hotline: 01805 008 329

(14 Ct./Min. aus dem dt. Festnetz,

Mobilfunk max. 42 Ct./Min.)

Mo bis Fr: 9 – 18 Uhr

Partnermanagement

Service-Hotline: 040 600 096-470

Mo bis Fr: 9 – 18 Uhr

Ihre Ansprechpartnerin bei Presseanfragen:

CORELATIONS

Agentur für Public Relations

Wandsbeker Straße 3-7

22172 Hamburg

Fax 040 6461 - 5492

Gabi Westerteiger

Tel 040 6461 - 5372

gabi.westerteiger@corelations.de

Impressum

Herausgeber

Hanseatic Bank GmbH & Co KG

Bramfelder Chaussee 101

22177 Hamburg

Tel 040 646 03-0

Fax 040 646 03-298

Bildnachweis

Sebastian Gram

www.hanseaticbank.de

Hanseatic Bank