

# Der Wert der Mitarbeiter

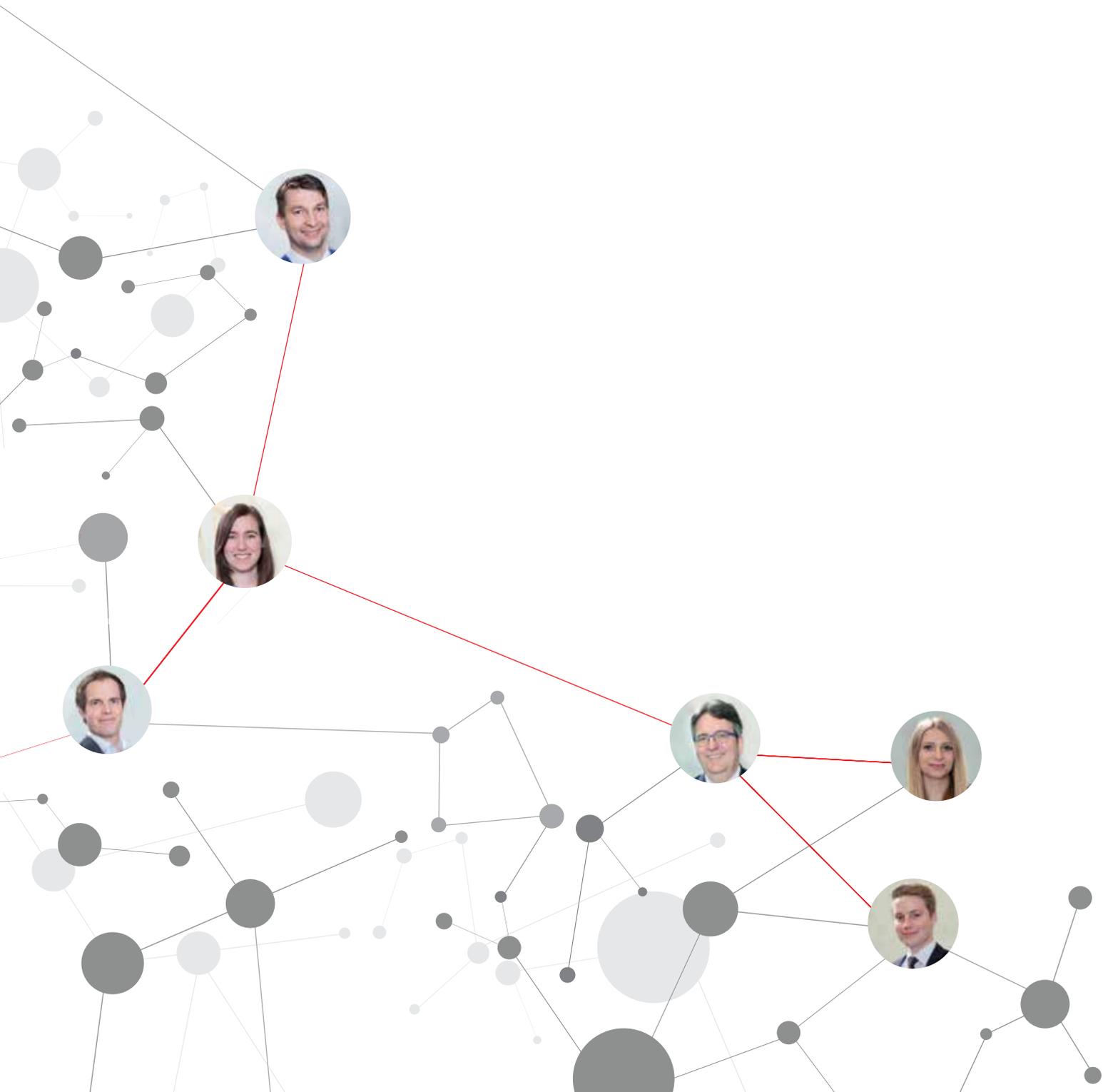
Geschäftsbericht 2014



**Hanseatic Bank**

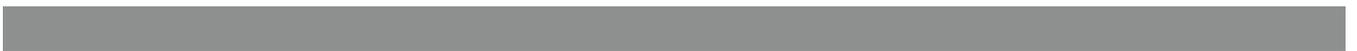
*„Zusammenkommen ist ein Beginn, zusammenbleiben ist ein  
Fortschritt, zusammenarbeiten ist ein Erfolg.“*

**HENRY FORD (1863 – 1947), Gründer der US-amerikanischen Ford Motor Company**



## Humankapital

Das höchste Gut eines Unternehmens sind die Mitarbeiter. Ihr spezialisiertes Wissen, verbunden mit Verantwortung, Zielstrebigkeit und einer damit einhergehenden Motivation, macht sie zum wertvollsten Kapital. Was die Hanseatic Bank für die Zufriedenheit und die Bindung ihrer Mitarbeiter an das Unternehmen tut, wie sich das auf den wirtschaftlichen Erfolg auswirkt und welche Folgen sich durch den demografischen Wandel für die Suche nach neuen Fachkräften ergeben, erfahren Sie auf den folgenden Seiten.



# Hanseatic Bank im Überblick

## UNSER PRODUKTANGEBOT

### Geschäftsbereiche

#### Kreditgeschäft

Konsumentenkredite  
Kreditkarten  
Immobilienfinanzierung  
Kreditversicherungen

#### Einlagen

#### Factoring

### Produkt

JetztKredit, DirektKredit  
GoldCard, GenialCard und weitere Kartenkooperationen  
EigentümerDarlehen  
SicherKredit, SicherKreditkarte, SicherPortemonnaie

TagesGeld, SparBrief, SparBrief Dynamik

Forderungsmanagement

## UNSER UNTERNEHMEN

### Gesellschafter

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

### Gegründet

1969 (als Tochter des Otto Konzerns)

### Geschäftsführer

Michel Billon (verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing und IT)  
Detlef Zell (verantwortlich für die Bereiche Personal, Finanzen,  
Risikomanagement und Compliance)

### Status

Vollbank

### Eigenkapital

164 Mio. Euro (31.12.2014)

### Mitarbeiter

428 (31.12.2014, inkl. HSCE)

### Standorte

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

## UNSERE PARTNER

ACE Auto Club Europa, Baufinanz-Team, BAUR, bonprix, hagebau, Hypoport, Interhyp, Karstadt, notebooksbilliger.de, ORLEN (star Tankstellen), OTTO, PlanetHome, Saving Global (WeltSparen), Schwab, Weltbild u. a.

# Inhalt

8	<b>ERFOLGSFAKTOR MENSCH</b> Historie
14	<b>ARBEITSMARKT IM WANDEL</b> Ausbildung
22	<b>VOM TSCHAKKA ZUR SINNHAFTHKEIT</b> Motivation
30	<b>FÜR ALLE EIN GEWINN</b> Wissen
38	<b>DER HUMANKAPITALIST</b> Interview Peter Friederichs

## LAGEBERICHT

44	Geschäftsmodell
44	Wirtschaftsbericht
44	Relevanter Markt und Wettbewerb
45	Geschäftsverlauf
46	Projekte
47	Mitarbeiter
47	Ertragslage
49	Finanz- und Vermögenslage
50	Risikobericht
53	Prognosebericht
54	Chancenbericht
54	Nachtragsbericht

## JAHRESABSCHLUSS

56	Bilanz
58	Gewinn- und Verlustrechnung
59	Anhang
69	Bestätigungsvermerk



**MICHEL BILLON**

*Geschäftsführer Marktbereich/IT*

**DETLEF ZELL**

*Geschäftsführer Marktfolge/Risikoüberwachung*

## Vorwort der Geschäftsführung

### Liebe Geschäftspartner, Kunden und Mitarbeiter,

in der Redewendung „Eine Kette ist nur so stark wie ihr schwächstes Glied“ steckt sehr viel Wahres. Überträgt man diese Weisheit auf das personelle Gesamtgefüge eines Unternehmens, wird einem schnell klar, warum.

Auch wenn 99 Prozent der Leistung und des Services eines Unternehmens hervorragend sind, kann dennoch ein Prozent schlechtere Performance ausreichen, um die Servicequalität deutlich zu mindern und damit dem Image eines Unternehmens zu schaden. Die Leistungsstärke und damit das Erfolgspotenzial der gesamten Firma hängt nicht nur davon ab, wie qualifiziert und kompetent jeder einzelne Mitarbeiter ist, sondern auch, wie motiviert und zufrieden, wie engagiert und effizient. Somit sind Unternehmer vor allem in Zeiten des Fachkräftemangels und demografischen Wandels mehr denn je gut damit beraten, ihren Betrieb eher menschen- als leistungsorientiert zu führen.

Bereits seit Jahren setzen sowohl wir als Geschäftsführer der Hanseatic Bank als auch unsere Führungskräfte auf diesen Führungsstil, um den Mitarbeitern unsere Wertschätzung zu zeigen und sie so zu motivieren. Dass das in Unternehmen leider nicht selbstverständlich ist, zeigt der jüngst veröffentlichte Gallup Engagement Index 2014. Aus ihm geht hervor, dass mehr als zwei Drittel der Beschäftigten nur Dienst nach Vorschrift machen. 15 Prozent der Arbeitnehmer haben sogar bereits innerlich gekündigt. Eine bittere Wahrheit, die uns unter anderem dazu bewogen hat, unseren Geschäftsbericht 2014 einem außerordentlich wichtigen Thema zu widmen – dem Humankapital.

### Mit dem Humankapital im Fokus und der damit einhergehenden hohen Wertschätzung gegenüber unseren Mitarbeitern bleiben wir unseren Unternehmenszielen treu.

Wir bauen die Stärken jedes Einzelnen aus, übernehmen und übertragen so Verantwortung und fördern durch entsprechende Maßnahmen Teamgeist und Kreativität. Dadurch gewinnen wir nicht nur kluge Köpfe hinzu, sondern binden kompetente Mitarbeiter mit ihrem wertvollen Wissen an die Bank. Zudem unterstützt unser umfassendes Gesundheitsangebot die Work-Life-Balance der Kollegen und trägt damit zu einer hohen Mitarbeiterzufriedenheit und lebendigen Unternehmenskultur bei.

Wie sich das Thema Humankapital einerseits auf das konkrete Tagesgeschäft der Hanseatic Bank und damit auf die innere und äußere Wahrnehmung auswirkt und welche Bedeutung es andererseits für den aktuellen Arbeitsmarkt hat, beleuchten wir auf den folgenden Seiten.

### Nur durch das Engagement jedes einzelnen Mitarbeiters sind wir als Team im Ganzen unschlagbar.

Dass wir diesbezüglich bereits auf einem sehr guten Weg sind, belegen die Geschäftserfolge 2014. Unser EigentümerDarlehen hat sich beispielsweise zu einem beachtlichen Umsatzgaranten entwickelt, sodass wir unsere Position als Spezialanbieter für Ergänzungsforderungen im Immobilienbereich noch weiter festigen konnten. Neben den reibungslos umgesetzten neuen SEPA-Regularien und weiteren gesetzlich vorgesehenen Änderungen haben wir auch die Konsolidierung unserer Kreditsysteme weiter vorangetrieben.

All diese Erfolge spornen uns an, unsere für 2015 gesteckten Ziele hoch motiviert und mit großem Ehrgeiz anzugehen und in die Tat umzusetzen. Dabei steht für uns insbesondere der digitale Wandel im Fokus, mit dem wir den Anforderungen unserer Kunden gerecht werden möchten. Zu unseren geplanten Maßnahmen gehört neben dem Ausbau des Internet-Bankings auch die Optimierung unseres Employer Brandings durch eine umfassende Social-Media-Strategie. Darüber hinaus ist ein wichtiger Meilenstein 2015, unser neues Produkt – die GoldCard – erfolgreich am Markt zu etablieren.

Mit dem Wissen um den hohen Wert unserer Mitarbeiter, treuen Kunden sowie professionellen Partner und Dienstleister gehen wir die Aufgaben für das kommende Geschäftsjahr enthusiastisch an. Wir sind uns sicher, dass wir auch 2015 unsere Position auf dem deutschen Markt weiter ausbauen und stärken können.

Ihr



Michel Billon



Detlef Zell



HISTORIE

# Human- kapital



# Erfolgsfaktor Mensch

*Er degradiere. Er entwerte. Und er mache Menschen zu rein ökonomisch interessanten Größen. So lautete die Begründung der Jury von Sprachwissenschaftlern, als sie 2004 den Begriff „Humankapital“ zum Unwort des Jahres kürten. Auch über eine Dekade später sorgt er weiterhin für viel Diskussionsstoff. Zwar vertritt die Mehrheit der Ökonomen heute die einhellige Meinung, dass der durch das Humankapital dargestellte immaterielle Vermögenswert eines Unternehmens entscheidend im Wettbewerb ist. Uneinig sind sich Wirtschaftswissenschaftler und Personalverantwortliche aber darüber, ob und vor allem wie der Faktor „Mensch“ tatsächlich messbar ist.*

Dass die Mitarbeiter das wertvollste Kapital eines Unternehmens sind, ist jedoch bei Weitem keine neue Erkenntnis. Ebenso wenig wie das Bestreben, die Fähigkeiten und das Wissen von Menschen – also das Humankapital – zu berechnen und damit zu bewerten. Erste Versuche wurden bereits im Jahr 1676 von dem englischen Ökonomen William Petty unternommen, die er in seinem Buch „Political Arithmetick“ schriftlich festhielt. Auch sein Landsmann, der britische Kaufmann Alfred Marshall, beschäftigte sich bereits um 1890 in seinem Werk „Principles of Economics“ tiefgründig mit dieser Idee.

**Anfang der 1960er Jahre entwickelten die Volkswirte Theodore W. Schultz und Gary S. Becker die Humankapitaltheorie und gelten seither als Schöpfer des Begriffs „Human Capital“.**

Später wurden sie für ihre Erfindung, mit deren Hilfe sie menschliches Handeln in ökonomische Theorien integrierten, sogar mit dem Nobelpreis für Wirtschaftswissenschaften ausgezeichnet. Von dem Trend zur Wissensgesellschaft inspiriert, nahm das Bestreben unter den Wissenschaftlern deutlich zu, konkrete Ansätze zur Ermittlung des Humankapitals zu entwickeln.

## 85

Konzepte zur Berechnung des Humankapitals entstanden weltweit in den letzten 50 Jahren.



$$HC = \sum_{i=1}^g \{ [FT$$



So wurde bis in die 1980er Jahre hinein unter anderem durch Ökonomen wie Christoff Aschoff das traditionelle Rechnungswesen um die Komponente „Mensch“ erweitert und damit der Grundstein für die Humanvermögensrechnung gelegt.

Insgesamt entstanden in den letzten 50 Jahren weltweit rund 85 Konzepte zur Berechnung des Humankapitals.

Doch trotz oder vielleicht gerade wegen dieser Vielzahl von unterschiedlichen Ansätzen ist die Berechnung des Faktors „Mitarbeiter“ bis heute eine große Herausforderung für die Personalverantwortlichen in den Unternehmen. Was bei der Bilanzierung von Sachkapital auf klaren Rechenformeln basiert, lässt sich bei der ökonomischen Bewertung von Menschen kaum anwenden.

Denn hier sind vor allem auch die sogenannten weichen Faktoren wie die Zufriedenheit und Motivation sowie die individuellen Ziele und Bedürfnisse jedes Einzelnen am Ende ausschlaggebend.

**Fakt ist, dass die Mitarbeiter nicht nur das wertvollste, sondern auch das teuerste Kapital eines Unternehmens sind.**

Das offenbart ein Blick auf die Personalkosten, die in der Wirtschaft heute generell den größten Anteil der Aufwendungen ausmachen. Umso auffälliger und beachtlicher ist es, dass in Relation dazu die Investitionen der Unternehmen in ihre Mitarbeiter weitaus geringer ausfallen. So reagieren viele Firmen in Krisenzeiten nicht selten mit drastischen Kostensenkungen durch Entlassungen und Kürzungen im Personalbereich.

Ein möglicherweise folgenschwerer Fehler, wie der Unternehmensberater und Inhaber des Lehr-



$$E_i \cdot l_i \cdot f_i(w_i, b_i) + P E_i \cdot M_i \}$$

stuhls für Betriebswirtschaftslehre an der Universität des Saarlandes in Saarbrücken Christian Scholz meint. Als Erfinder der sogenannten Saarbrücker Formel – einer Methode zum Messen des Humankapitals – rechnet er Firmen immer wieder vor, dass mit derlei Maßnahmen nicht nur Kosten gesenkt, sondern auch Humankapital vernichtet wird. „Der Kosteneffekt ist nicht besonders groß, verglichen mit dem Effekt, den Entlassungen auf den Motivationsindex haben“, fasst Scholz die Ergebnisse seiner Modellrechnungen zusammen.

**Die Saarbrücker Formel ermöglicht es Unternehmen, den monetären Wert der Belegschaft zu bestimmen und personalwirtschaftliche Steuerungsimpulse daraus abzuleiten.**

Vereinfacht gesagt, vereinigt der Formelschöpfer die Variablen Mitarbeiterzahl, Durchschnittsgehalt, Halbwertszeit des Wissens, Betriebszugehörigkeit sowie Personalentwicklungsmaßnahmen und Motivation. Das Ergebnis entspricht dann dem Wert der Belegschaft in Euro. Doch auch diesbezüglich scheiden sich die Geister. So stimmen einige Experten mit dieser Art der Berechnung überein, andere wiederum vertreten den Ansatz, es müssten Indikatoren entwickelt werden, mit denen der Wert des Humankapitals auf einer Skala abgebildet werden kann. Eine der neuesten Methoden, Humankapital zu bewerten, ohne dabei einen Eurobetrag auszurechnen, ist vor einigen Jahren im Auftrag des Bundesministeriums entstanden. Auf Basis eines umfang-

reichen Fragenkatalogs, in den Finanzkennziffern von Unternehmen ebenso einfließen wie deren Personalpolitik, entwickelten die Marktforscher von YouGov Psychonomics mit den daraus resultierenden Informationen den „Human Potential Index“. Das Testergebnis im Rahmen einer Studie in 113 Firmen bestätigte die bis heute weitreichende Erkenntnis, dass Humankapital entscheidend zum wirtschaftlichen Erfolg beiträgt. Schlussendlich ein Beleg dafür, dass mit der Messbarkeit des Personalwerts auch die Wertschätzung gegenüber jedem einzelnen Mitarbeiter logischerweise steigt. Denn wer mit vielfältigen Instrumenten und Maßnahmen ein humanes Betriebsklima fördert, wird mit wachsendem Kapital belohnt.

## 113

Firmen bestätigten im Rahmen einer Studie die bis heute weitreichende Erkenntnis, dass Humankapital entscheidend zum wirtschaftlichen Erfolg beiträgt.

**JOACHIM  
LANDOW**  
Direktor Personal  
Hanseatic Bank



## DEN MITARBEITER IM BLICK

Eine offene Unternehmenskultur und kurze Wege – auch und gerade in Bezug auf die Kommunikation zwischen Führungskräften und ihren Teams – sind bedeutende Schlüsselthemen beim Stichwort „Humankapital“. Wie wichtig die Hanseatic Bank diese nimmt, wie sie sich im Hinblick auf die Wertschätzung ihrer Mitarbeiter auswirken und welche strukturellen Veränderungen es diesbezüglich in der jüngeren Vergangenheit gegeben hat, reflektiert Personaldirektor Joachim Landow im folgenden Interview.

Vertrauen und Persönlichkeit sind in der Finanzbranche sehr wichtig, das Thema Humankapital hat einen immer höheren Stellenwert. Inwieweit hat bei der Hanseatic Bank in den letzten Jahren ein Wandel in diesem Bereich stattgefunden?

# 1992

begann Joachim Landow seine berufliche Karriere bei der Hanseatic Bank.

Hinsichtlich der grundsätzlichen menschenorientierten Kultur musste sich in unserem Unternehmen nichts wandeln. Für uns stand schon immer der Mensch im Fokus unserer Personalpolitik und unseres Handelns. Die eingeleiteten und umgesetzten Veränderungen sind vielmehr strategischer Natur und Reaktion auf ein sich permanent und schnell wandelndes Umfeld sowie die Vorbereitung auf die Auswirkungen des einsetzenden Demografie- und Wertewandels bei den nachrückenden Generationen. Diese Rahmenbedingungen wirken sich auf die Felder Mitarbeiterzufriedenheit, Mitarbeiterbindung, Rekrutierung, Beschäftigungsfähigkeit, Karriere- und Personalentwicklung sowie Arbeitgeberattraktivität aus.

Wie wurde konkret auf die von Ihnen beschriebenen Veränderungen reagiert?

In den letzten Jahren haben wir eine Vielzahl von Maßnahmen in den Mittelpunkt unseres Handelns gestellt. Allen voran gehören dazu die Einführung und das Leben unserer strategischen Unternehmenswerte: Verantwortung, Kompetenz, Teamgeist, Kreativität und Work-Life-Balance. Darüber hinaus steht unseren Mitarbeitern ein umfassendes Angebot im Rahmen des neu eingeführten Gesundheitsmanagements zur Verfügung. Neben Verbesserungen der Arbeitsbedingungen durch neue Raumkonzepte sowie Angebote zur gesundheitlichen Vorsorge sind das unter anderem regelmäßige Massagen und frisches Obst. Zudem gibt es unser sogenanntes Employee Assistance Program, eine professionelle persönliche Lebensberatung des Fürstenberg Instituts.

## „Für uns stand schon immer der Mensch im Fokus unserer Personalpolitik und unseres Handelns.“

Die Möglichkeit zur Teilnahme an zahlreichen Sportveranstaltungen ist ein weiteres Angebot, das von unseren Mitarbeitern rege genutzt wird. Für den Aufbau einer zielgerichteten Karriere- und Personalentwicklung gibt es verschiedene Maßnahmen, unter anderem auf kommunikativer Ebene. Dazu gehören sowohl transparente, individuelle Zielvereinbarungs- und Beurteilungsprozesse für jeden einzelnen Mitarbeiter als auch regelmäßige Trainings und Feedbackgespräche mit unseren Führungskräften. Hier legen wir insbesondere Wert auf den regelmäßigen persönlichen Dialog miteinander.

Apropos regelmäßiger Dialog: Wurde aufgrund dessen auch die Position des Personalentwicklers in Ihrer Abteilung bei der Hanseatic Bank geschaffen?

Die Position des Personalentwicklers wurde im Zuge einer Reorganisation des Personalwesens 2013 geschaffen. In diesem Zusammenhang wurde das Personalwesen grundsätzlich umgestellt auf das „Human Resources Business Partner“-Modell, kurz HRBP. Die HRBP arbeiten eng mit den Geschäftsbereichen zusammen und sind strategische Partner hinsichtlich der Mitarbeiterstruktur. Die Detailaufgaben wie Rekrutierung oder Personalentwicklung werden dann von Experten übernommen, die einen klaren Fokus auf ihr Thema haben und damit deutlich effizienter und effektiver sind.

Sie befassen sich vor allem mit der Planung und Umsetzung entsprechender Maßnahmen im Bereich des Trainings und der Ausbildung und führen unter anderem die Beurteilungsgespräche mit den Führungskräften im Rahmen des sogenannten 360°-Feedbacks durch. Darüber hinaus unterstützen die Kollegen aus der Personalentwicklung maßgeblich im Bereich des Talentmanagements und bei der Entwicklung von individuellen Personalmaßnahmen und Karrierewegen in den jeweiligen Fachbereichen.

## 2013

---

wurde die Position des Personalentwicklers bei der Hanseatic Bank geschaffen.





AUSBILDUNG  
Generation Y

# #arbeitsmarktimwandel

*„Hallo, Zukunft!“ #abi2014 #vertragunterschrieben #losgehts. Übersetzt man den Facebook-Eintrag des 18-jährigen Julian S. aus Köln, klingt das in etwa so: „Nach bestandem Abitur beginne ich meine Ausbildung, die ich heute vertraglich vereinbart habe.“ Wenige Worte mit einer umso größeren Bedeutung. Denn sowohl das gewählte Medium der frohen Botschaft, gepaart mit der modernen Kommentierungsart – dem sogenannten Hashtag –, als auch die Aussage selbst zeigen vor allem eines: Die Arbeitswelt sieht sich einer neuen Spezies von Berufsanfängern und -einsteigern gegenüber – der Generation Y.*

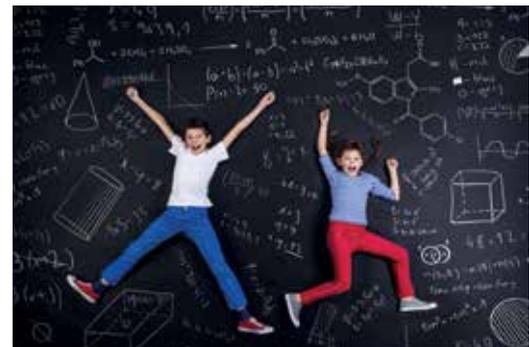
## Bis 2035

geht die Zahl der Jugendlichen im Ausbildungsalter um 20 Prozent zurück.

Arbeit ist kein Statussymbol, sondern muss Spaß machen und vor allem sinnvoll sein. Kinder sind wichtiger als Kohle. Flexibilität ist hauptsächlich vom Arbeitgeber gefragt, wenn es um die Gestaltung verschiedener Arbeitszeitmodelle geht. Mitglieder der sogenannten Generation Y sind die Kinder der Babyboomer, die seit ihrer Geburt nach 1985 wohlbehütet wurden, die schon immer mitentscheiden durften, sich völlig frei entfalten konnten und die mit den schier grenzenlosen Möglichkeiten des World Wide Web ganz selbstverständlich aufgewachsen sind. Und es ist die Generation, die demografiebedingt nach über einem halben Jahrhundert dem heutigen Arbeitsmarkt ein radikales Umdenken in Sachen Unternehmensführung und -kultur abverlangt.

**Mit Blick auf den bevorstehenden Generationswandel am Arbeitsmarkt wird immer deutlicher, dass ein einfaches „Weiter so“ nicht funktionieren wird.**

Weder für die heutigen und künftigen Schulabgänger und Uni-Absolventen noch für ihre potenziellen Arbeitgeber. Bereits jetzt zeichnet sich in der Wirtschaft markant ab, wie schwierig sich die Suche nach dem idealen Auszubildenden gestaltet. Denn gute Azubis sind Mangelware, was allein schon die demografischen Fakten belegen. So werden die Bundesbürger im Schnitt älter bei gleichzeitig rückläufiger Geburtenrate, wodurch die deutsche Bevölkerung nicht nur schrumpft,



sondern zugleich auch deutlich älter wird. Im Ergebnis geht die Zahl der Jugendlichen im Ausbildungsalter deutlich zurück, und zwar um knapp 20 Prozent bis zum Jahr 2035. Umso wichtiger ist es und wird es auch künftig sein, die unternehmenseigenen Recruitingmethoden einmal kritisch zu betrachten und dem heutigen Bewerberpotenzial anzupassen. Einen guten Ansatz bietet dabei natürlich weiterhin der frühe und direkte Kontakt zu potenziellen Arbeitnehmern, der in der Vergangenheit unter anderem durch den Girls' und Boys' Day – Schnuppertage für junge Schüler – ermöglicht wurde. Nicht selten ist dies jedoch für viele Teilnehmer ein kurzes Intermezzo ohne lang anhaltende Wirkung. Papa nimmt seine 11-jährige Tochter einen Tag lang mit zur Arbeit. Die wiederum freut sich über ein paar Stunden außerhalb der Schule, in denen sie die Post sortieren, Kaffee kochen und mit etwas Glück sogar ein paar Zah-



len am Computer eingeben darf. Doch Nachhaltigkeit sieht anders aus. Vorbild für viele Unternehmen könnten zum Beispiel die von mittlerweile immer mehr Firmen ins Leben gerufenen Ausbildungsbotschafter sein. Dies sind Azubis im zweiten oder dritten Lehrjahr, die von ihrem Arbeitgeber direkt an die Schulen beziehungsweise in die Hörsäle geschickt werden, um dort hautnah über ihren Lehrberuf zu berichten und Fragen zu beantworten. Dabei arbeiten viele Betriebe in enger Kooperation mit den ortsansässigen Schulen und

Universitäten, um in dieser Form zielgerichtet für ihre jeweilige Berufssparte zu werben. Eine noch intensivere Kontaktaufnahme zu potenziellen Bewerbern ergibt sich unter anderem durch sogenannte Lernpartnerschaften zwischen Ausbildungsbetrieb und Schule. Das kann zum Beispiel der Azubi zur Fachkraft für Veranstaltungstechnik sein, der für den jährlichen Auftritt der Schultheatergruppe zur Verfügung gestellt wird, oder ein Besuch von angehenden Pflegefachkräften im benachbarten Seniorenzentrum.

Um für Ausbildungsberufe zu werben, schicken immer mehr Unternehmen ihre Azubis als Botschafter an Schulen und Unis.



Um Jugendliche für die Ausbildung im eigenen Unternehmen zu gewinnen, sind Vorstellungsgespräche auf Augenhöhe ein wichtiger Aspekt.

**Fakt ist, dass der direkte persönliche Kontakt den Social-Media-Kanälen bei der Suche nach Auszubildenden und Berufseinsteigern klar den Rang ablauft.**

So belegt die Azubi-Recruiting-Trend-Studie 2014, dass knapp 73 Prozent der angehenden Azubis das soziale Netzwerk Facebook bei ihrer Suche nach Ausbildungsplätzen nicht in Betracht ziehen. In den Befragungen bezeichnen sie diese wie auch andere Plattformen der sozialen Medien als zu unseriös und unglaubwürdig, wenn es um das Finden des künftigen Arbeitgebers geht. Facebook & Co. sind nach wie vor der privaten Nutzung vorbehalten, wenn auch die vertrauliche Behandlung der hier kommunizierten Daten teilweise durchaus fraglich ist. Ein vielversprechendes Instrument ist laut der Studie aber die Karriere-Website des jeweiligen Unternehmens. Hier kommt es vor allem auf eine konsequente Pflege sowie die Qualität der Inhalte an. Eine bloße Liste der offenen Stellen mit mehr oder weniger austauschbarer Jobbeschreibung schafft auch in diesem Fall keinen großen Anreiz. Wer hier hingegen in einem gut gemachten und authentischen Film die Atmosphäre des Unternehmens bildlich einfängt und transportiert, kann wiederum Pluspunkte sammeln.

Ob also das Vorstellungsgespräch auf Augenhöhe im Hochseilpark, das Kennenlernen zwischen Boss und Stift beim vielerorts von den Kammern organisierten Speed-Dating oder die klassische Printan-

zeige in zielgruppenspezifischen Magazinen – selbst auszubilden zahlt sich langfristig für die Unternehmen aus. Betriebe können ihre Auszubildenden bedarfsgerecht und spezifisch schulen, sodass diese schon während ihrer Lehrzeit produktiv tätig sind und nach bestandener Prüfung dem Unternehmen als qualifizierte Fachkraft zur Verfügung stehen. Darüber hinaus kommt es generell zu weniger Fehlbesetzungen und Personalwechsellern, da sich das Unternehmen und seine Auszubildenden bereits lange kennen und einander vertrauen. Das fördert einerseits die Motivation und Betriebstreue, andererseits steigert es den wirtschaftlichen Erfolg. Auch stabilere Gehaltsstrukturen, das spontane Überbrücken von personellen Engpässen sowie ein besseres Image auf dem Arbeitsmarkt kommen auszubildenden Betrieben zugute. Durch die Übernahme von Azubis nach ihrer Lehre entstehen im Vergleich zu Neueinstellungen und einer damit verbundenen längeren Einarbeitungszeit zudem viel geringere Kosten. Aufwendiges Recruiting ist also eine gute Investition in die Zukunft, die Herausforderung und Chance zugleich für einen erfolgreichen Generationswechsel am Arbeitsmarkt ist. #losgehts

## 2014

belegt eine Studie, dass knapp 73 Prozent der angehenden Azubis das soziale Netzwerk Facebook bei ihrer Suche nach Ausbildungsplätzen nicht in Betracht ziehen.



**MALTE  
KÜDDELSMANN**  
Duales Studium  
Bachelor of Science  
in Business  
Administration

**REGINA KEIL**  
Auszubildende zur  
Kauffrau für  
Dialogmarketing

## INVESTITION IN DIE ZUKUNFT

Nachwuchskräfte, die im eigenen Unternehmen ausgebildet werden, schaffen durch internes Wissen, Flexibilität und Formbarkeit einen besonderen Mehrwert. Daher bietet auch die Hanseatic Bank verschiedene Ausbildungsberufe an. „Deine Zukunft beginnt heute“ – dieses Versprechen gibt die Hanseatic Bank jungen Menschen und damit ihren Fachkräften von morgen. Denn das Ziel der Privatbank ist es, ihren Nachwuchs auch nach der 2,5- bis 3-jährigen Lehr- beziehungsweise Studienzeit zu übernehmen.

**Deshalb können sich die Auszubildenden der Hanseatic Bank von ihrem ersten Arbeitstag an auf eine persönliche Betreuung und hohe Wertschätzung verlassen.**

„Trotz Azubi-Status wird man in jeder Abteilung ernst genommen und in die Arbeitsabläufe integriert.“ Bereits im Vorstellungsgespräch gewann Malte Küddelsmann (21) viele positive Eindrücke, sodass ihm die Entscheidung für ein duales Studium bei der Hanseatic Bank sehr leichtfiel. „Neben meinem Interesse am Finanzsektor überzeugte mich die Hanseatic Bank mit flachen Hierarchien und aussichtsreichen Zukunftsperspektiven“, begründet der Student zum Bachelor of Science in Business Administration seine Arbeitgeberwahl. Genauso erging es auch Regina Keil (20), die ihre Ausbildung zur Kauffrau für Dialogmarketing seit August 2014 im Hanseatic Service Center absolviert. „Schon während meines Bewerbungsgesprächs fühlte ich mich als Mensch sehr wertgeschätzt.“

„Trotz Azubi-Status wird man in jeder Abteilung ernst genommen und in die Arbeitsabläufe integriert.“

Neben einem im gesamten Unternehmen angenehmen und familiären Arbeitsumfeld legt die Hanseatic Bank vor allem sehr großen Wert darauf, die Ausbildung an die individuellen Fähigkeiten der jungen Menschen anzupassen. Und das durchgehend in allen Fachabteilungen, die die Azubis während ihrer Lehr- beziehungsweise Studienzeit durchlaufen. Für die Privatbank ist es selbstverständlich, sich viel Zeit für ihre Auszubildenden zu nehmen und sowohl die Unternehmensphilosophie als auch die Produkte an mehreren Einführungstagen vorzustellen.

**Außerdem punktet die Hanseatic Bank beim Nachwuchs mit attraktiven Zusatzleistungen.**

Mit ihrem umfangreichen Gesundheitsmanagement-Angebot, das unter anderem ermäßigte Sportkurse sowie frisches Obst am Arbeitsplatz beinhaltet, übernimmt die Privatbank auch eine hohe soziale Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitern. Darüber hinaus profitieren die Lehrlinge und Studenten der Hanseatic Bank von zusätzlichen Qualifikationsseminaren, unter anderem an der Frankfurt School of Finance, speziellen Seminaren zur Vorbereitung auf die Abschlussprüfung, vermögenswirksamen Leistungen, diversen finanziellen Zuschüssen sowie Weihnachtsgeld. Ebenso werden die Auszubildenden bei eventuellen Auslandsaufenthalten unterstützt und nach erfolgreich abgeschlossener Ausbildung für mindestens sechs Monate übernommen.

# Highlights 2014

## Mit dem richtigen Partner noch mehr schaffen!

Durch die im April 2014 neu besiegelte Partnerschaft mit **Compex Finanz** konnte die Hanseatic Bank ein weiteres Plus im Kooperationsgeschäft verbuchen. Das **Altersvorsorgeprodukt „plusrente“**, das das Finanzdienstleistungsunternehmen gemeinsam mit dem Versicherungsträger „Die Bayerische“ anbietet, beinhaltet ein attraktives Bonusprogramm. Alle registrierten plusrente-Kunden erhalten für jeden Online-Einkauf über die integrierte Shoppingplattform einen Cashback, der ihnen automatisch auf ihrem Beitragskonto gutgeschrieben wird. Mit der neuen **pluskarte VISA, die die Hanseatic Bank mit Compex Finanz** allen plusrente-Kunden anbietet, können diese nun noch mehr Geld „verdienen“. Wer seine Einkäufe mit der Kreditkarte der Hanseatic Bank tätigt, erhält zusätzliche 0,5 Prozent Cashback auf seine Umsätze und somit einen noch höheren Beitragsbonus.

## Auf Nummer sicher!

Im März 2014 hat die Hanseatic Bank **3D Secure** eingeführt – ein neues Sicherheitsverfahren für Kreditkartentransaktionen im Internet. Als eine der ersten Banken in Zentraleuropa setzt die Hamburger Privatbank hierbei dynamische Passwörter in Kombination mit einer risikobasierten Authentifizierung ein.

## Umzug in Erfurt

Anfang September 2014 zogen die Kolleginnen der **Erfurter Hanseatic Bank Filiale** in die hellen und offen gestalteten Geschäftsräume in der Johannesstraße 170 um. Ein guter Grund also, die Eröffnung am neuen Standort mit rund 250 Besuchern am 9. und 10. September bei einem Begrüßungsempfang zu feiern. Nur einen Monat später konnten die Filialkolleginnen auch ihre neuen Nachbarn begrüßen – **das dreiköpfige Finanzdienstleistungs-Kompetenzteam aus Erfurt** unterstützt seit Oktober 2014 seine Hamburger Kollegen tatkräftig.

## In allen Disziplinen gut in Form!

Spaß, Teamgeist und eine gesunde Portion Ehrgeiz – darum geht es bei den großen Sportevents der Hanseatic Bank. Zum Auftakt 2014 folgten zwei Teams aus je vier Kollegen dem Aufruf zur Teilnahme am Barmer GEK Bowlingcup, der im Februar im Gilde Bowlingcenter Wandsbek stattfand. Gegen 36 weitere Hamburger Mannschaften traten die „Hot Shots“ und „Lucky Strikes“ an und belegten am Ende Platz 7 und 15.

Alles andere als eine ruhige Kugel schob das Team der **Hanseatic Dragons beim Hafencup** im Mai. Zwar erreichten die Titelverteidiger beim Drachenbootrennen im Rahmen des 825. Hafengeburtstags mit dem 4. Platz leider nicht das Siegertreppchen, doch bereits am 30. August erhielten die 16 Paddler der Hanseatic Bank erneut eine Chance beim **Alstervergnügen Cup**. Dort wurden sie schließlich mit der Silbermedaille belohnt. Ebenso vergnüglich ging es zehn Tage zuvor beim **8. MOPO-Teamstaffellauf** zu. Nach jeweils fünf Kilometern auf teils matschigen Strecken überquerten alle 35 teilnehmenden Mitarbeiter der Hanseatic Bank glücklich die Ziellinie. Ein weiteres Sport-Highlight im Sommer war der **13. Hamburger Jedermann-Triathlon**. Zwölf Kollegen der Hanseatic Bank liefen, radelten und schwammen in der Staffel oder als Einzelstarter rund um Alster und Elbe.

## Herzlichen Glückwunsch, chère Maman!

**150 Jahre Société Générale** – wenn das kein Grund zum Feiern ist! Alle Mitarbeiter der Hanseatic Bank fanden sich am 5. Mai 2014 im Kollegenkreis ein, um einen Tag nach dem Geburtstag auf die französische Mutter anzustoßen.

Die Société Générale nutzte ihr rundes Jubiläum darüber hinaus, um ihre **Strategie für die Zukunft** zu verkünden. Im Rahmen von internen Roadshows wurde diese bis Ende September in allen Ländern vorgestellt, in denen die Gruppe durch Unternehmen vertreten ist.

Im Juni 2014 übernahm die Hanseatic Bank am Standort Hamburg die Ausrichtung der Roadshow in Deutschland.

## Kreativer Austausch

Alles darf, nichts muss! So ähnlich kann man das von der Hanseatic Bank mitgesponserte **8. Hamburger Barcamp** am 7. und 8. November 2014 betiteln. Bei dieser sogenannten offenen Tagung mit ebenfalls offenen Sessions rund um die Themen IT und Social Media fanden sich 400 Teilnehmer in den Räumen von Otto ein mit dem Ziel, frei zu diskutieren und sich auszutauschen. Mit Lara Sasse, Junior Referentin Unternehmenskommunikation, und Senior Software Developer Marc-Alexander Glück waren auch zwei Kollegen von der Hanseatic Bank mit am Start.



MOTIVATION

Gute Führung  
ist der Schlüssel  
zum Erfolg



# Vom Tschakka zur Sinnhaftigkeit

*„Als Chef bist du eigentlich 'ne Art Büro-Animateur. Ein Entertainer mit Schreibtisch. Denn ein Mitarbeiter mit schlechter Laune ist wie 'ne Schneeflocke. Einer allein ist harmlos, 'n paar Dutzend sind schon 'n Schneeball. Wenn du dann nicht aufpasst, dann hast du ratzfatz 'ne Lawine in der Hütte.“ Auch wenn Deutschlands fiesester TV-Chef Bernd Stromberg mit dieser für ihn typischen extremen Ansicht aus dem Büroalltag vielleicht nicht gänzlich falschliegt, gehört zur Mitarbeitermotivation weitaus mehr als hier und da ein Bonusbonbon und gute Laune satt.*

## 2014

stellte die Unternehmensberatung Gallup in ihrer repräsentativen Befragung erneut fest, dass zwei Drittel der Beschäftigten hierzulande nur noch Dienst nach Vorschrift machen.

Ob einmalige Geldprämien, Dienstwagen, Smartphone oder eine Aktienbeteiligung – aktuelle Studien belegen eindeutig, dass derlei materielle Belohnungen für herausragende Leistungen Mitarbeiter zwar kurzfristig anspornen, jedoch keineswegs dauerhaft motivieren können. So stellte die Unternehmensberatung Gallup in ihrer repräsentativen und seit 2001 jährlich erscheinenden Befragung auch jüngst wieder fest, dass zwei Drittel der Beschäftigten hierzulande nur noch Dienst nach Vorschrift machen. 15 Prozent der Arbeitnehmer haben sogar schon innerlich gekündigt. Eindeutige Zahlen, die vor allem im Bereich der Mitarbeitermotivation von den Unternehmern ein umfassendes Umdenken fordern. Und das nicht erst seit gestern.

**Die ersten Rufe der Belegschaft nach mehr Mitgestaltung innerhalb der Firmen erklangen bereits in den 1970er Jahren – eine emanzipatorische Revolution, die heute zur strategischen Notwendigkeit geworden ist.**



„Vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels und demografischen Wandels scheint sich in vielen Unternehmen die Erkenntnis durchgesetzt zu haben, dass die Qualität der Führung und die Unternehmenskultur entscheidend sind, um die Mitarbeiter zu binden“, sagt Marco Nink von Gallup. So ist das einst für die Mehrheit der Wirtschaft völlig unbedeutende Thema Motivation im Laufe der Jahrzehnte zu einem der zentralen Kernthe-



men geworden. Neben der vielfach aufwendig ausgebauten Abteilung der Personalentwicklung steht in immer mehr deutschen Mittelstandsunternehmen und Großkonzernen ein beachtliches Budget für Weiterbildungs- und Motivationsmaßnahmen für Mitarbeiter und ihre Führungskräfte zur Verfügung. Denn gerade Letztgenannte, so sind sich Experten einig, spielen nicht nur in ihrem eigenen Job eine Hauptrolle.

#### **Gute Führung ist ein Schlüssel zum Erfolg.**

Und das ist im doppelten Sinne gemeint. Einerseits ist nur, wer selbst vorlebt, was er von seinem Team fordert, glaubwürdig und wird dafür auch gewürdigt. Andererseits müssen Vorgesetzte delegieren und lenken können.

Entscheidend ist dabei vorrangig, das Verantwortungsbewusstsein jedes Einzelnen zu stärken und den Sinn der täglichen Arbeit dem Mitarbeiter gegenüber zu verdeutlichen. Angestellte, die ihre Aufgaben inhaltlich verstehen, sich damit identifi-

zieren können und diese für sinnvoll erachten, führen ihre Arbeit erwiesenermaßen mit sehr viel mehr Elan aus. Marco Nink, der Managementexperte von Gallup, bringt ein passendes Beispiel aus der Praxis an: „Der Leiter einer Fabrik, in der künstliche Hüftgelenke hergestellt und verpackt werden, beklagte sich, dass seine Leute die Arbeit mit sehr wenig Hingabe erledigten. Sie bauten halt irgendwelche Ersatzteile zusammen, ohne zu wissen, für wen und warum. Eine hohe Fehlerquote war u. a. die Folge. Bis der Fabrikchef einige Patienten einlud, die dank der dort gefertigten Prothesen beschwerdefrei laufen konnten. Die Arbeitsleistung stieg daraufhin sprunghaft an.“

**Entscheidend ist, das Verantwortungsbewusstsein jedes Einzelnen zu stärken und den Sinn der täglichen Arbeit zu verdeutlichen.**



Führungskräfte richten den Blick darauf, die individuellen Potenziale jedes Einzelnen zu fördern und gleichzeitig den Teamgeist zu stärken.



Die in den 1990er Jahren entwickelten Methoden selbsternannter Motivationsgurus sind längst überholt.

Eine Motivationsmaßnahme, die beispielhaft und auch übertragbar auf alle anderen Branchen ist. Das heißt nichts anderes, als seine Beschäftigten durch die Vermittlung positiver Visionen zu begeistern und ihnen damit eine Orientierung innerhalb ihres Jobs zu geben. Für Führungskräfte bedeutet das konkret, mit ihren Mitarbeitern im ständigen Dialog zu bleiben, um Stärken fördern zu können und damit den Fokus mehr auf die individuellen Potenziale anstatt auf die Defizite zu lenken. All das geschieht mittlerweile in immer mehr Unternehmen durch sogenannte Zielvereinbarungen, die in gemeinsamen Gesprächen miteinander erarbeitet und festgelegt werden. Wichtig ist hierbei, dass jeder Mitarbeiter selbst die Ziele mitformuliert und damit die angestrebte Vereinbarung vollends akzeptiert. Denn letztlich funktioniert Motivation nicht auf Knopfdruck.

#### **Der Wille, sein Ziel zu erreichen, kommt von innen.**

Nicht zuletzt aufgrund dieser Erkenntnis gehören die in den 1990er Jahren von selbsternannten Motivationsgurus entwickelten Methoden wie das „Barfuß-über-Glasscherben-und-heiße-Kohlen-Lau-

fen“ oder inbrünstige „Tschakka! Ich kann das!“-Urschreie längst der Vergangenheit an. Während sich die einstigen Gute-Laune-Anführer mit fragwürdigen Versprechen die Gesetze der Massenpsychologie zunutze machten und eher Religionsersatz boten, greift man heute auf professionelle Anbieter von Incentive-Programmen zurück. Mit gemeinsamen Segeltörns oder einem Betriebsseminar in den Bergen wollen Unternehmen ihre Mitarbeiter langfristig an sich binden, den Teamgeist stärken und damit die Leistungsbereitschaft fördern. Und auch wenn die Aussage des deutschlandweit bekanntesten TV-Chefs Bernd Stromberg ganz sicher auf die Angestellten gemünzt war, so ist sie für die Arbeitgeberseite aktueller denn je: „Ich sag ja immer, wer nicht mit der Zeit geht, der muss mit der Zeit gehen!“

Weitere Infos zum Gallup Engagement Index Deutschland 2014 finden Sie unter: [www.hanseaticbank.de/gallup-studie](http://www.hanseaticbank.de/gallup-studie)



**HARDY  
CIOSSEK**  
Personalsach-  
bearbeiter  
Hanseatic Bank

## MITTENDRIN STATT NUR DABEI

Mitmachen, mitdenken, mitgestalten – wer sich vollends mit seinen beruflichen Aufgaben identifizieren und aktiv im Job einbringen kann, erkennt den Sinn seiner täglichen Arbeit und findet hierin automatisch eine große Erfüllung. Was so logisch und einfach klingt, erfordert in der heutigen Wirtschaft jedoch viel Anstrengung und einen starken Willen sowohl seitens der Unternehmen als auch der Mitarbeiter.

Um die Mitarbeiterzufriedenheit nachhaltig zu steigern, reichen ein gut gemeintes Schulterklopfen oder eine Schachtel Pralinen längst nicht mehr aus.

Darüber hinaus motivieren nicht alle Maßnahmen jeden Arbeitnehmer gleich. Umso wichtiger also, vor allem im Personalbereich ganz besonders auf die individuellen Möglichkeiten zur persönlichen Entwicklung und Zufriedenheit einzugehen. Ein sehr gut funktionierendes Instrument hierfür ist die Ausarbeitung und Formulierung von individuellen Zielvereinbarungen zwischen den Mitarbeitern und ihren Führungskräften. Im Rahmen des Programms „evaluation“ wird diese Art der Gesprächs- und Feedbackkultur bei der Hanseatic Bank seit Jahren regelmäßig umgesetzt. Die gemeinsam erörterten und festgelegten Ziele jedes Einzelnen bilden eine elementare Basis für künftige Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen.

Ein weiterer maßgeblicher Baustein innerhalb der Hanseatic Bank ist das 360°-Feedback. Hierbei steht die Entwicklung der Führungs- und Verhaltenskompetenz der Führungskräfte im Fokus. Diese erhalten von verschiedenen beruflichen Kontakten eine anonyme Bewertung. Die von der Personalabteilung gesammelten und ausgewerteten Beurteilungen werden in Form eines Entwicklungsgesprächs mit der jeweiligen Führungskraft erörtert.

Neben einer offenen Gesprächskultur pflegt die Hanseatic Bank darüber hinaus ihre Unternehmenswerte „Teamgeist“ und „Work-Life-Balance“, die durch verschiedene Aktionen stetig weiterverbessert werden sollen.

So beispielsweise auch durch die Teilnahme an der Global Corporate Challenge (GCC). Bei diesem bereits seit zehn Jahren weltweit stattfindenden Wettkampf machte die Hanseatic Bank mit insgesamt 27 Teams mit, was nahezu 50 Prozent der gesamten Belegschaft entspricht. Ziel war es, sich innerhalb von 100 Tagen so viel wie möglich zu bewegen. Jeder Schritt wurde gezählt. Ganz besonders motiviert dabei war Personalsachbearbeiter Hardy Ciossek.

„Mich hat überzeugt, dass man im Team antritt. Denn Zusammenhalt und gemeinschaftliche Motivation finde ich toll. Das Prinzip Teamgeist überzeugt“, bringt es Ciossek auf den Punkt. Am Ende hat er sein zuvor gestecktes Ziel weit übertroffen: „Statt der vorgenommenen 10 habe ich mehr als 15 Kilo an Gewicht verloren. Für mich ein hoher Anreiz, auch nach der GCC weiterzumachen.“ Und für die Hanseatic Bank der beste Beleg dafür, wie man durch solch nachhaltige Events seine Mitarbeiter über ihr berufliches Dasein hinaus motivieren kann.

„Zusammenhalt und gemeinschaftliche Motivation finde ich toll. Das Prinzip Teamgeist überzeugt.“

# Highlights 2014

## Ein starkes Team!

Gemeinsam mehr erreichen – ein Motto, das 2014 für die Mitarbeiter der Hanseatic Bank an den verschiedenen Standorten innerhalb Hamburgs sowie in Deutschland deutlich mehr als ein Lippenbekenntnis war und weiterhin ist. Wie sehr sich die Belegschaft und ihre Geschäftsführer hiermit identifizieren, zeigten auch in diesem Jahr wieder zahlreiche Veranstaltungen, bei denen Teamgeist und Motivation im Mittelpunkt standen. Herausragend war unter anderem das gemeinsam erreichte Ergebnis beim großen **E<sup>2</sup>-Projekt**. Mit dem Ziel, den Stromverbrauch und damit die CO<sub>2</sub>-Produktion durch Sparmaßnahmen im Büroalltag sichtbar zu reduzieren, übertrafen die Hamburger Standorte ihre eigenen Erwartungen. Nach nur sechs Monaten ist es den Kollegen gelungen, den Verbrauch im Vergleich zum Vorjahr um fünf Prozent zu senken, was etwa 10.000 Kilowattstunden und sechs Tonnen CO<sub>2</sub> entspricht.

Genauso beeindruckend war die Bilanz bei der weltweit stattfindenden **Global Corporate Challenge (GCC)**. Im Rahmen der in 185 Ländern mit über 40.000 Teams durchgeführten Aktion „Get the World Moving“ hat die Hanseatic Bank mit insgesamt 27 Teams teilgenommen und damit eine interne Quote von fast 50 Prozent erreicht. In Summe haben die 189 Kollegen in den vorgegebenen 100 Tagen über 240 Millionen Schritte gemacht und dabei 10 Millionen Kalorien verbrannt.

## Besser und zielorientierter im Netz!

Klare Produktübersicht, einfache Navigation, benutzerfreundliche Gestaltung – das Ergebnis des umfassenden **Relaunches der Hanseatic Bank Website** kann sich sehen lassen. Seit Dezember 2014 ist der neue Internetauftritt der Privatbank nach einem zweimonatigen Testlauf im Livebetrieb allen Usern zugänglich.

Der Fokus bei der Neugestaltung der Website lag vor allem auf der verbesserten Nutzerfreundlichkeit. Dabei spielten sowohl das schnellere Finden als auch die einfachere Beantragung der Produkte wichtige Rollen. So lag das Hauptaugenmerk im technischen Bereich auf einer optimierten Navigation, die selbsterklärend, übersichtlich und zielorientiert durch die Website führt.

## Immer am Ball bleiben!

Ein Motto, das die Hanseatic Bank nicht nur im geschäftlichen, sondern ebenso im sportlichen Sinne verfolgt. So zeigten sich die Kollegen des **bankinternen Fußballteams** auch am 14. Juni 2014 abermals als wahre Torjäger. Gekickt wurde für den guten Zweck im Rahmen der **Citizen Commitment Games** – initiiert durch die Société Générale anlässlich ihres 150-jährigen Jubiläums. Nach dem Gewinn der Qualifikationsrunde in Deutschland ging es für das Team zum großen Finale nach Frankreich. Auf dem riesigen Stadiongelände der Rugby-Nationalmannschaft in Marcoussis nahe Paris trafen die Kollegen hier auf Mannschaften aus knapp 30 Ländern weltweit. Auch wenn das Hanseatic Bank Team im Viertelfinale ausschied, freuten sich alle Turnierteilnehmer riesig über die erzielte **Spendensumme in Höhe von 790.000 Euro**.

Nur wenige Monate später, am 27. Oktober 2014, gab es für die Kicker der Hanseatic Bank erneut allen Grund zum Jubel: Beim Pokalfinale der **Hamburger Betriebssportliga** schoss sich das Team in der Verlängerung eines packenden Endspiels zum Sieg.

## Helfen, wo Hilfe gebraucht wird!

Auch in diesem Jahr hat die Hanseatic Bank im Rahmen ihres sozialen Engagements wieder zahlreiche Projekte und Einrichtungen mit einer Geldspende unterstützt, so unter anderem das gemeinnützige Projekt „Muskeln für Muskeln“ und die Stiftung Kinderzukunft. Bereits zum fünften Mal in Folge überreichten die Geschäftsführer Michel Billon und Detlef Zell im Januar 2014 außerdem der Gründerin von **Herzenswünsche e.V.**, Wera Röttgering, einen symbolischen Scheck **im Wert von 15.000 Euro**. In diesem Jahr kam die Spende insbesondere einer speziellen Musiktherapie im Perinatalzentrum des Altonaer Kinderkrankenhauses in Hamburg zugute. Ein tolles Projekt zur Förderung der Eltern-Kind-Bindung bei Frühgeborenen.

## EigentümerDarlehen bringt Rekordumsatz!

Neupositionierung im Herbst 2013 – doppelt so viel Umsatz im Vergleich zum Vorjahr im Sommer 2014: Das **EigentümerDarlehen** der Hanseatic Bank hat sich innerhalb kurzer Zeit zum wahren Erfolgsgaranten entwickelt. Dank des großen Engagements und der zahlreichen Ideen der Fachabteilungen zur Prozessoptimierung hat sich die Hanseatic Bank mit diesem Produkt endgültig als **Spezialanbieter von Ergänzungsfinanzierungen im Immobilienbereich** durchgesetzt.



WISSEN

Unser  
wertvollstes  
Gut



# Für alle ein Gewinn

*Sie ist reich. Sie ist berühmt. Und für viele ist sie sogar ein bisschen sexy. Eine Augenweide, die nicht nur gut aussieht, sondern auch über Köpfchen und Können verfügt. Gemeint ist die Bundesrepublik Deutschland: Vorzeigeland und Synonym für echte Superlative. Schließlich sind wir seit Jahren Exportweltmeister, führend in der Entwicklung innovativer Technologien und seit 2014 endlich auch mal wieder Fußballweltmeister. Vor nicht allzu langer Zeit waren wir knappe acht Jahre lang sogar Papst. Also alles im grünen Bereich – und selbst darin eine absolute Vorreiterin. Oder hat all die Süße auch einen bitteren Beigeschmack?*

Nein. Eigentlich nicht. Eigentlich geht es Deutschland gut. Verdammt gut sogar. Wer hier jammert, klagt über echte Luxusprobleme. Schließlich gibt es für alle genug zu essen, jeder kann sich entsprechend der Jahreszeit einkleiden und keiner muss im Winter auf der Straße erfrieren. Wer da noch meint, die überlebenswichtigen Grundbedürfnisse seien damit nicht gestillt, ist entweder ein Träumer oder selbst schuld. So oder so ähnlich zumindest hat sich vielerorts auf der Welt das Bild der wohlhabenden Republik im Herzen Europas eingepägt. Kein Wunder also, dass die BRD für immer mehr Menschen jenseits der Bundesgrenze das Land ihrer Träume ist. So erklärt sich wohl auch das Ergebnis des aktuellen OECD-Zuwanderungsrankings: Seit 2013 ist Deutschland das zweitbeliebteste Einwanderungsland der Welt.

Gleich hinter den USA. Eine Tatsache, die für eine Win-win-Situation sorgt, denn die meisten der dauerhaften Zuwanderer aus der Europäischen Union sind laut OECD hierzulande in den Arbeitsmarkt integriert. Dies schafft in Zeiten des zunehmenden Fachkräftemangels im rasch alternden und in weiten Teilen vollbeschäftigten Deutschland zumindest einen kleinen Ausgleich – auch wenn das lange noch nicht ausreicht. Der demografische Wandel löst einige Herausforderungen am Arbeitsmarkt aus, die es zu meistern gilt. Nur so können Unternehmen die globale Wettbewerbsfähigkeit beibehalten beziehungsweise ausbauen. Das erfordert vor allem eine zeitgemäße Personalführung. Ein wichtiges Instrument ist hierbei das sogenannte Retention Management, also die Mitarbeiterbindung.



Wer sich durch Extras wie flexible Arbeitszeitmodelle um die Zufriedenheit seiner Mitarbeiter bemüht, kann Dominoeffekten in Form von Kündigungswellen entgegenwirken.



Nur wer die Fluktuation langfristig reduzieren oder gar nahezu stagnieren lassen kann, sichert die Grundlage für einen strategischen Wettbewerbsvorteil. Entscheidend für eine erfolgreiche Mitarbeiterbindung ist primär das Wissen um den hohen Wert seines Personals. Denn neben einem leistungsstarken Produktportfolio beruhen gute Geschäftsbeziehungen nach wie vor auf dem persönlichen Kontakt. Die Chemie zwischen Kunde und Unternehmen muss stimmen. Verlassen strategisch wichtige Mitarbeiter ihren Posten, stellt das einen hohen Verlust an Wissen und Kompetenz für das Unternehmen dar. Zusätzlich zu der stets schwieriger werdenden Suche nach qualifiziertem Ersatz entsteht nicht selten ein Dominoeffekt innerhalb des Kollegiums. Vor allem Führungskräfte nehmen oftmals enge Mitarbeiter, junge Talente und auch einige Kunden gleich mit, sodass diverse Projekte vorerst stillstehen.

**So bieten immer mehr Firmen ihren Arbeitnehmern neben einer leistungsgerechten Vergütung weitere attraktive Extras als Zeichen der Wertschätzung.**

Gut funktionierende Beispiele für eine professionelle Mitarbeiterbindung sind unter anderem unternehmenseigene Kindertagesstätten, Gesundheitsangebote von Fitness-Studios bis zu Massagen am Arbeitsplatz oder die kostenlose Nutzung einer externen Familien- und Lebensberatung. Ebenso gehören flexible Arbeitszeitmodelle wie das Job-sharing und nicht zuletzt ein umfassendes Angebot an Weiterbildungsprogrammen dazu. In Einzelfällen kommen auch individuelle Maßnahmen zum Einsatz. Das kann zum einen die Einrichtung eines temporären Home-Office-Arbeitsplatzes für einen frisch gebackenen Vater sein, zum anderen wird Mitarbeitern in einer schwierigen Lebensphase zum Beispiel eine Pause in Form eines halbjährigen Sabbaticals ermöglicht.



Darüber hinaus pflegen viele Unternehmen heutzutage eine sehr offene Kommunikation mit ihren Mitarbeitern. Dazu gehört neben regelmäßigen Feedbackgesprächen zwischen Führungskräften und Teammitgliedern die direkte Einbindung in die entsprechenden Arbeitsprozesse. Angestellte bringen beispielsweise konkrete Verbesserungsvorschläge für eine Effizienzsteigerung ein und können damit einen großen Teil zu ihrer persönlichen Weiterentwicklung durch die Übernahme zusätzlicher Verantwortung beitragen. All das führt zu einer insgesamt höheren Mitarbeiterzufriedenheit mit durchweg positiven Auswirkungen für den Betrieb selbst – unter anderem in Bezug auf das Employee Branding.

**Denn zufriedene Mitarbeiter sind oft von sich aus motiviert, als Botschafter ihres Unternehmens, zum Beispiel in Weblogs, öffentlich aufzutreten.**

So wird ein hohes Maß an Authentizität und Vertrauen nach außen vermittelt und damit das Image der jeweiligen Firma bedeutend mitgeprägt. Gerade in Zeiten des Web 2.0 also ein guter Grund für Unternehmen, ihre Mitarbeiter aktiv in den Prozess der Markenbildung und damit in die Schaffung des Employer Brandings – der Arbeitgebermarke – einzubinden.

Sowohl die vielfältigen Methoden zur innovativen Mitarbeiterbindung als auch die erfolgreiche und qualifizierte Integration von Migranten in den Arbeitsmarkt zeigen eines deutlich: Um weiterhin zu den weltweit führenden Industrienationen zu gehören, muss Deutschland mit seinen Unternehmen offen und anpassungsfähig sein – so wie die facettenreiche Kultur der Bundesrepublik, die bereits Mitte der 1950er Jahre durch die ersten Gastarbeiter aus Italien, die sogenannten Capri-Fischer, eine Bereicherung erfahren hat. Ganz so wie der seitdem auch auf deutschen Tellern beliebte kulinarische Klassiker: die Pizza Quattro Stagioni. Eben von allem etwas, für jeden Geschmack.

**Zusätzliche Verantwortung sorgt nicht nur für eine persönliche Weiterentwicklung, sondern führt oft auch zu einer höheren Mitarbeiterzufriedenheit.**

**ANN KRISTIN  
PÄTZHORN**  
Recruiterin  
Hanseatic Bank



## DER ARBEITGEBER ALS MARKE

„Nicht nur der Bewerber bewirbt sich bei uns, sondern auch wir bewerben uns bei unseren potenziellen neuen Mitarbeitern“, fasst Ann Kristin Pätzhorn, Recruiterin bei der Hanseatic Bank, die zahlreichen Maßnahmen der Privatbank im Bereich der Personalgewinnung zusammen. Wie durch viele repräsentative Studien jüngst belegt wurde, trifft die 33-Jährige damit exakt den Ton der heute erforderlichen Personalpolitik.

**Das Stichwort lautet „Employer Branding“ – oder: Wie baue ich ein gutes Image meines Unternehmens sowohl in der Wahrnehmung nach innen als auch nach außen hin auf?**

Der Kampf um gute Köpfe wird immer härter.

Ein zunehmend bedeutendes Thema, dem sich auf dem aktuellen Arbeitsmarkt niemand mehr entziehen kann. Der Kampf um gute Köpfe wird immer härter und damit steigt der Konkurrenzdruck unter den Wettbewerbern auf Arbeitgeberseite spürbar. So werden sich vor allem diejenigen Unternehmen auf dem Bewerbermarkt durchsetzen können, die sich attraktiv und authentisch präsentieren. Die Schaffung von optimalen Arbeitsbedingungen, einer starken Mitarbeiterbindung sowie einer markanten Corporate Identity sind also heutzutage wichtiger denn je.

Neben der Befürwortung von internen Positionswechseln ist das jüngst bei der Hanseatic Bank eingeführte Empfehlungsmarketing „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ ein erfolgreiches Instrument im Recruitingbereich. „Wie oft unterhält man sich privat mit Freunden oder Bekannten, die neue berufliche Herausforderungen suchen und perfekt auf eine offene Stelle im eigenen Unternehmen passen? Dieses Recruitingpotenzial möchten wir für uns nutzen“, erläutert Pätzhorn das dahinterstehende Prinzip. „Fürsprecher aus den eigenen Reihen sind für ein Unternehmen unglaublich wertvoll, da es nicht nur potenziellen neuen Mitarbeitern die Sicherheit gibt, sich bei einem guten Arbeitgeber zu bewerben, sondern auch von den Kollegen darauf geachtet wird, nur geeignete Kandidaten zu empfehlen.“

## „Fürsprecher aus den eigenen Reihen sind für ein Unternehmen unglaublich wertvoll.“

### Positive Feedbacks von Mitarbeitern und Bewerbern auf öffentlichen Bewertungsportalen bescheinigen der Hanseatic Bank eine hohe Kompetenz.

Auch wenn sich Social-Media-Kanäle nachweislich nur bedingt für eine erfolgreiche Mitarbeiterrekrutierung eignen, so bieten sie Unternehmen eine sehr gute Plattform für eine umfangreiche Außendarstellung inklusive Feedbackfunktion. Das macht sich auch die Hanseatic Bank zunutze, indem sie etwa anhand der Bewertungen von Mitarbeitern auf *kununu.de* stetig daran arbeitet, ihr Mitarbeiterangebot und ihre Prozesse weiter zu verbessern, und sich im Businessnetzwerk XING mit einem aussagekräftigen Porträt präsentiert. Bereits mehrfach hat die Privatbank zudem am Wettbewerb „Hamburgs beste Arbeitgeber“ teilgenommen und wurde als eines der topplatzierten Unternehmen mit dem entsprechenden Gütesiegel ausgezeichnet. Ein Pluspunkt, der auch von den jüngsten Bewerbern wahrgenommen wird. So etwa auf der Bildungsmesse „Einstieg“ oder beim sogenannten Wirtschafts-Speed-Dating – eine von den Handelskammern organisierte moderne Art des Kennenlernens zwischen Ausbildungsbetrieben und potenziellen Auszubildenden und damit Fachkräften von morgen.

Trotz ihrer schon sehr erfolgreichen Rekrutierungsmaßnahmen ist die Hanseatic Bank jederzeit offen für Innovationen im Rahmen der Personalgewinnung. „Aufgrund unserer Konzernzugehörigkeit zur Société Générale bietet sich die Option zur Rekrutierung im Ausland natürlich an“, erläutert Pätzhorn hinsichtlich künftiger Aktionen. „Darüber hinaus könnten sich ebenso im Zuge der für 2016 geplanten Einführung unseres neuen Bewerbermanagementsystems weitere Instrumente ergeben, die uns im Wettbewerb um geeignete Mitarbeiter noch einmal zusätzlich nach vorn bringen.“

Social-Media-Kanäle eignen sich nachweislich nur bedingt für eine erfolgreiche Rekrutierung neuer Mitarbeiter.



# Kenn- zahlen 2014

RUND **45** TONNEN  
CO<sub>2</sub> eingespart

ALLE **5** Minuten eine Visa Kreditkarte herausgegeben

ÜBER **450**

KNAPP **50%**  
Neugeschäftssteigerung beim EigentümerDarlehen

GENAU **247.725.312**

gesammelte Schritte bei der Global Corporate Challenge

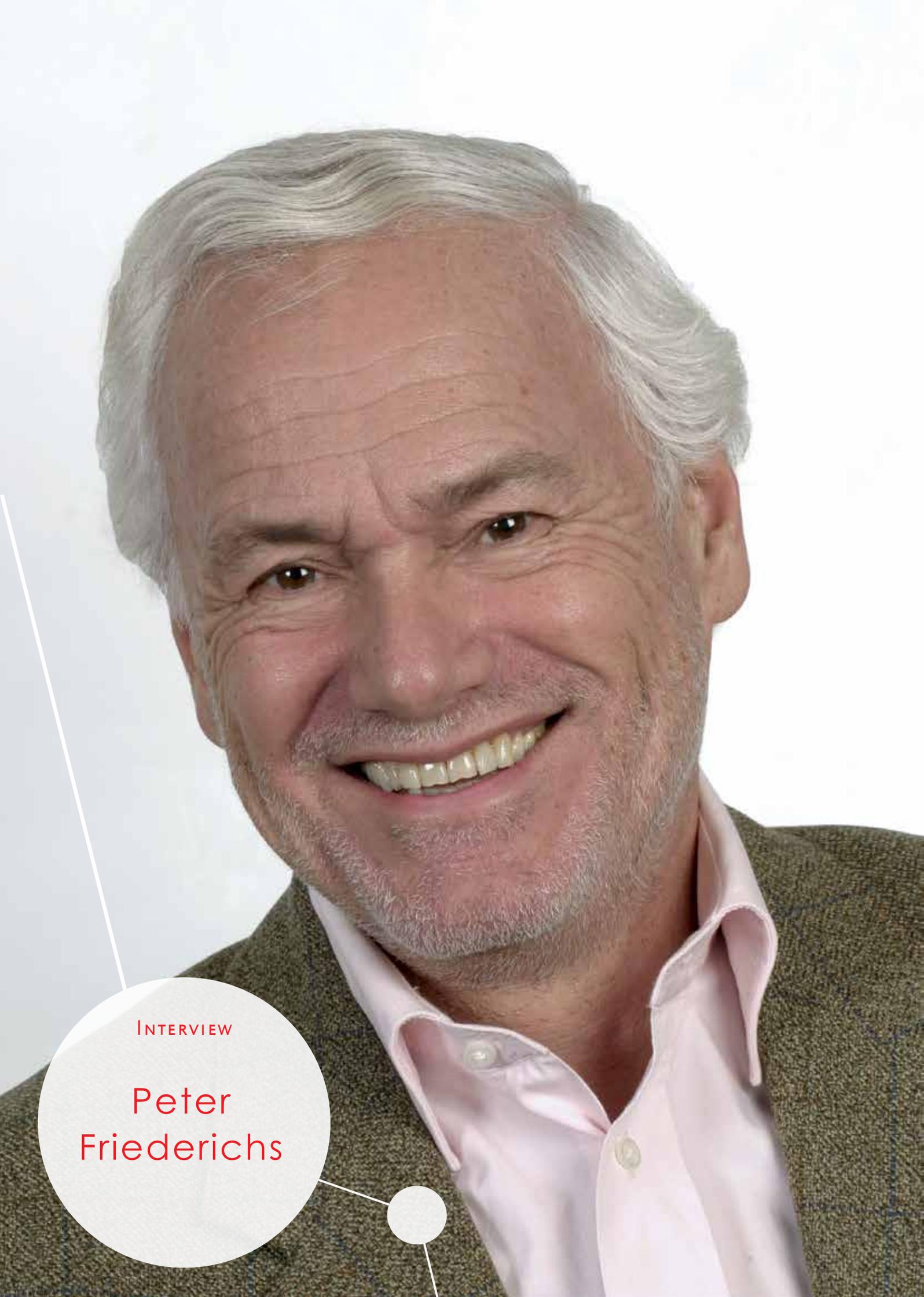
EXAKT **365,8**  
sportlich zurückgelegte Kilometer

ÜBER **1** DRITTEL  
des Kreditkartenportfolios mit Kontaktlosfunktion ausgestattet

**.000** Besucher auf unserer Website

Ein Bilanzgewinn von **17,3**  
MILLIONEN EURO

INSGESAMT **9.174**  
durchgeführte Trainingsstunden



INTERVIEW

Peter  
Friederichs

# Der Humankapitalist

*Sein Ziel ist klar, der Weg dahin nicht unbedingt einfach, aber in jedem Fall lohnens- und lobenswert. Seit nunmehr über 13 Jahren setzt sich Diplom-Psychologe Peter Friederichs (73) dafür ein, dass die Unternehmen der Zukunft als Humankapitalgesellschaften geführt werden.*

*Was das im Detail bedeutet und welche Erfolge bisher erzielt wurden, schildert der Initiator und Präsident des im November 2001 gegründeten Human Capital Clubs e.V. im Interview.*

**Herr Friederichs, welche berufliche, aber auch private Motivation hat Sie zur Gründung des Human Capital Clubs e.V. (HCC) bewegt?**

Ich wollte dazu beitragen, dass hohe Standards der Menschenführung in Unternehmen angestrebt und verbindlich verankert werden. Aus 32 Jahren Erfahrung in Unternehmen wusste ich, dass die Hauptaufmerksamkeit der Manager auf dem Geschäftlichen lag, die Belange der Mitarbeiter waren selten im Fokus. Hinzu kam, dass neu ernannte Topmanager oft mit Hauruckmethoden ihren Führungsstil durchsetzen wollten, ohne die Motivation der Mitarbeiter zu berücksichtigen. Mein Ziel war und ist es, dass Manager nicht nur an ihren Geschäftserfolgen gemessen werden, sondern auch an ihrem Engagement für ihr Personal.

**Was hat sich im Laufe des vergangenen Jahrzehnts in der deutschen Unternehmenskultur mit Blick auf die Wertsteigerung und -schätzung der Mitarbeiter getan?**

Es hat sich schon vieles positiv entwickelt, was aber meist den veränderten Rahmenbedingungen geschuldet ist: Unternehmen müssen sich heute anstrengen, gute Mitarbeiter zu finden und zu halten. Dazu tragen die Demografie, der Fachkräftemangel, die anspruchsvollere Berufseinstellung der jungen Menschen und auch die kritische Öffentlichkeit bei. Es ist aber noch viel Luft nach oben, das zeigen die Zunahme psychischer Erkrankungen und die schlechten Umfragewerte zur Motivation der Mitarbeiter.

Ohne Erfahrung,  
Motivation, Wissen und  
Fertigkeiten aller  
Mitarbeiter kann ein  
Unternehmen nicht  
bestehen.



**Was hat der Human Capital Club e.V. seit seiner Gründung bewirkt und was haben Sie hinsichtlich der aktuellen Personalführung gelernt?**

Wir haben ein Verfahren entwickelt, das den Unternehmen hilft, ihre Stärken und Schwächen in der Führung zu erkennen und zu verbessern – den sogenannten Human Potential Index (HPI). Mit unserem Human-Capital-Transparency-Monitor (HCTM) berichten wir für die Öffentlichkeit und für Bewerber, wie offen und transparent die Unternehmens- und Führungskultur in Unternehmen ist. Und wir haben ein spezielles Ausbildungsprogramm (Human Capital Auditierung) für Führungskräfte und Personalleiter entwickelt, damit diese die entscheidenden Werttreiber der Menschenführung besser kennenlernen und einsetzen. Darüber hinaus haben wir das gesamte Wissen zum Human Capital Management in zwei Werken – unter anderem in „Human Capital Leadership“ – dargestellt. Die wertorientierte Personalführung muss noch stärker als Kernaufgabe



wahrgenommen werden. Dafür braucht es die aktive Unterstützung aller Führungskräfte. Deswegen ist es umso wichtiger, dass das Topmanagement für dieses Thema die Verantwortung übernimmt und ihm dadurch eine höhere Präsenz im Unternehmen verschafft.

**„Humankapital“ war das Unwort des Jahres 2004. Können Sie das nachvollziehen und wie wirken Sie diesem zu Unrecht entstandenen Negativ-Image entgegen?**

Nur die Mitarbeiter schaffen Mehrwert! Das ist unsere Philosophie. Das vom US-Nobelpreisträger Gary Becker erfundene sogenannte Human Capital ist ein internationaler Verständigungsbegriff und heißt auf Deutsch so viel wie Mitarbeiterpotenzial oder Humanvermögen. Das umfasst die Gesamtheit der menschlichen Fähigkeiten, der Erfahrung, Motivation, des Wissens und der Fertigkeiten aller Mitarbeiter, ohne die kein Unternehmen bestehen kann.

Der Ausdruck Humankapital macht also mehr als Sinn, da der Wertbeitrag der Mitarbeiter auch als Kapital des Unternehmens zu sehen ist.

## „Nur die Mitarbeiter schaffen Mehrwert!“

„HR“ oder „Human Resources“ signalisiert dagegen, dass der Mensch eine Ressource ist, die zum Verbrauch bestimmt ist, Geld kostet und in der Krise disponibel wird. Ein moderner Unternehmer wird aber sein Humankapital fördern und entwickeln, damit es zum Erfolg des Unternehmens beiträgt. Eine Absage erteilen wir denjenigen, die Humankapital rein ökonomisch definieren wollen und deshalb mit dazu beigetragen haben, den Begriff falsch zu interpretieren.

**Dank Ihrer Berufserfahrungen haben Sie tiefgründige Einblicke in viele Unternehmensstrukturen. Inwieweit wird Humankapital dort heute tatsächlich gelebt und umgesetzt?**

Das Niveau der Personalentwicklung, der Unternehmenskultur, der Weiterbildung, der Arbeitsplatzverbesserungen und des Engagements für die Mitarbeiter hat sich zum Positiven verändert. Wir wünschen uns aber, dass sich zum Beispiel die Arbeitgeberverbände mehr engagieren, da sie sich nach wie vor gegen Qualitätsmessungen in der Personalarbeit und damit gegen eine freiwillige Selbstverpflichtung sträuben. Dennoch stellen sich immer mehr Unternehmen den Employer-

Branding-Wettbewerben, wie zum Beispiel Great Place to Work®, legen ihre Personalarbeit offen und arbeiten auch danach weiter dauerhaft an ihren Verbesserungsthemen. Das trifft auf die Giganten wie Microsoft, aber auch auf mittelständische Firmen zu. Um das weiterhin zu fördern, hat der HCC in Kooperation mit dem Great Place to Work® Institut den Unternehmerpreis „HCC Award“ ins Leben gerufen, dessen Gewinner aus über 607 teilnehmenden Unternehmen jüngst gekürt wurde.

Nur wer seine Mitarbeiter fördert, wird langfristig mit seinem Unternehmen erfolgreich sein.

Der Human Capital Club e.V. mit Sitz in München ist eine Institution mit dem Ziel, Standards für eine nachhaltige Personalführung zu entwickeln. Sein Gründer und Präsident ist Diplom-Psychologe Peter Friederichs. Mehr Informationen unter: [www.humancapitalclub.de](http://www.humancapitalclub.de)



**PHILIPP  
LÜHR-TANCK**  
Operational Risk  
Manager  
Hanseatic Bank

## IM GESPRÄCH BLEIBEN

Eine der Hauptaufgaben der Finanzbranche ist es, Vertrauen zu schaffen. Transparenz und eine damit einhergehende offene Kommunikation gegenüber den Kunden sind dabei die maßgeblichen Schlüsselwörter. Um diese Werte glaubhaft nach außen hin zu vermitteln, müssen sie ebenso authentisch innerhalb des Unternehmens gelebt werden.

**Durch die im Juli 2014 eingeführte interne Maßnahme „Dichter dran“ stehen die Mitarbeiter der Hanseatic Bank im engen Dialog mit der Personalabteilung.**

Genau zuzuhören und sich auszutauschen mit dem Ziel, die Zusammenarbeit zu optimieren und somit die Mitarbeiterzufriedenheit zu steigern – darum geht es bei den persönlich geführten Einzelgesprächen mit Kollegen aus dem Personalbereich. Dabei gibt der jeweilige Mitarbeiter maßgeblich die inhaltliche Richtung vor, denn jeder setzt seine Prioritäten nach seinen eigenen Bedürfnissen. Ebenso viel Individualität ist bei dem von der Hanseatic Bank ins Leben gerufenen Innovations Contest gefragt. Hierbei haben die Mitarbeiter jederzeit die Möglichkeit, ihre eigenen Vorschläge zur Prozessoptimierung und Effizienzsteigerung einzubringen. Bedingt durch die unterschiedlichen Aufgabenbereiche jedes Einzelnen, ergeben sich auch hier ebenso verschiedene Lösungsansätze.

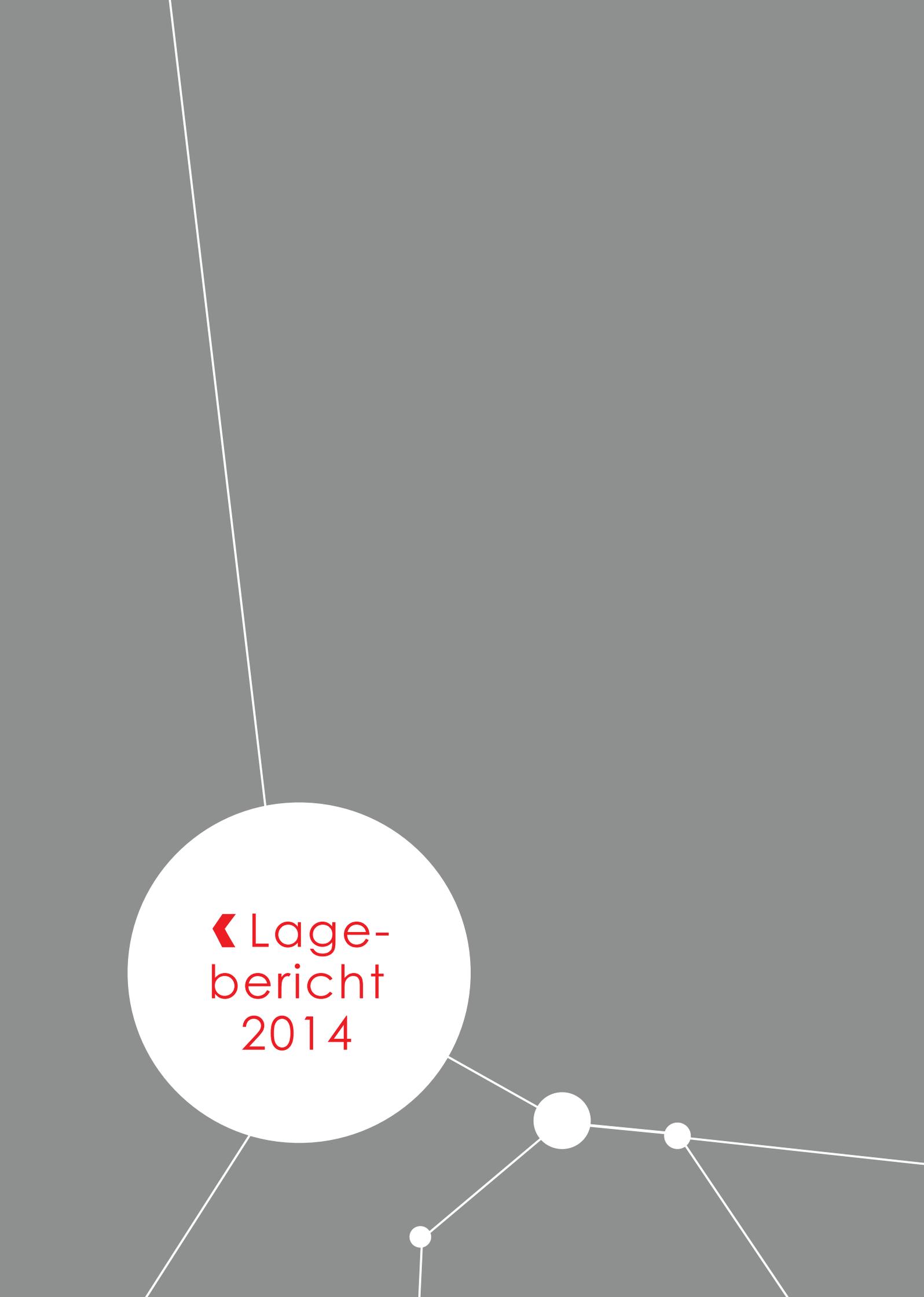
„Den Status quo zu hinterfragen, liegt in der Natur des Menschen.“

**Beim Innovations Contest geht es vor allem um die Motivation, den gemeinsamen Berufsalltag durch kreative Ideen zu verbessern.**

Diese Chance nutzte auch Philipp Lühr-Tanck, Mitarbeiter im Team „Operational Risk & Compliance“ der Hanseatic Bank und bereits zweifacher Gewinner des Wettbewerbs. „Den Status quo zu hinterfragen, liegt in der Natur des Menschen. Um Verbesserungsvorschläge oder Innovationen auch in die Tat umzusetzen, bedarf es weiterer Motivation: Die Vorteile, die sich durch die Umsetzung für Mitarbeiter und Bank ergeben, sowie die Würdigung durch den Arbeitgeber sind dabei wichtige Anreize“, erläutert er seine Teilnahmen.

So hat Philipp Lühr-Tanck 2013 durch eine Vereinfachung und teilweise Automatisierung das interne Formular zur Reisekostenabrechnung sehr viel effizienter gestaltet. Im Jahr darauf hat er für das heutige Konzept „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“ strukturierte Prozesse entwickelt, die sowohl für Arbeitgeber als auch für den empfehlenden Arbeitnehmer von Vorteil sind.

„Der Ehrgeiz der Mitarbeiter, sich auch außerhalb ihres Kernaufgabengebiets einzubringen, wird gesteigert und das Unternehmen profitiert gleich doppelt durch eine optimierte Arbeitsumgebung und zufriedene Arbeitnehmer“, bringt der 31-Jährige den beiderseitigen Nutzen von eingebrachten Mitarbeiterideen auf den Punkt.



◀ Lage-  
bericht  
2014

# Lagebericht für das Geschäftsjahr 2014

## GESCHÄFTSMODELL

Die Hanseatic Bank bietet als Privatbank unverändert Konsumentenkredite (Kreditkarten und Privatkredite) sowie Anlage- und Versicherungsprodukte über verschiedene Vertriebskanäle an. Hauptsitz der Hanseatic Bank ist Hamburg. Deutschlandweit hat die Hanseatic Bank zehn Zweigniederlassungen.

Das Kreditgeschäft bildet den 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 Distanzhändlern Otto (GmbH & Co KG) und Schwab Versand GmbH im Rahmen eines echten, stillen Factorings. Des Weiteren besteht ein untergeordnetes Volumen an Kontokorrentkrediten.

### Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Die Hanseatic Bank ist als Tochterunternehmen mit 75 % in den Konzern der Société Générale S.A., Paris, Frankreich, eingebunden. Daneben hält die Otto (GmbH & Co KG), Hamburg, eine 25 %ige Beteiligung. Innerhalb des Société Générale Konzerns gehört die Hanseatic Bank zum Bereich International Banking and Financial Services (IBFS) und hier zur Region Europa. Die Hanseatic Bank hat eine Tochtergesellschaft, die HSCE Hanseatic Service Center GmbH, mit Sitz in Hamburg. Diese nimmt als Servicegesellschaft im Wesentlichen Aufgaben in der Kredit- und Einlagenadministration wahr.

## WIRTSCHAFTSBERICHT

### Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Die deutsche Wirtschaft hat sich im Jahresdurchschnitt 2014 insgesamt als stabil erwiesen. Das Bruttoinlandsprodukt lag um 1,5 % höher als im Vorjahr und damit über dem Durchschnitt der letzten zehn Jahre von 1,2 %. Der Wachstumstreiber war dabei die starke Binnennachfrage, von der die deutsche Wirtschaft trotz eines schwierigen weltwirtschaftlichen Umfelds profitieren konnte. Auf der Verwendungsseite des Bruttoinlandsprodukts war der Konsum wichtigster Wachstumsmotor der deutschen Wirtschaft. Die privaten Konsumausgaben stiegen preisbereinigt um 1,1 %. Auch die Investitionen legten zu. Im Inland investierten Unternehmen und Staat zusammen 3,1 % mehr als im Jahr zuvor. Der deutsche Außenhandel gewann im Jahresdurchschnitt 2014 trotz eines weiterhin schwierigen außenwirtschaftlichen Umfelds etwas an Dynamik: Deutschland exportierte preisbereinigt 3,7 % mehr Waren und Dienstleistungen als im Jahr 2013. Die Importe legten genauso stark zu (+3,3 %). Der Außenbeitrag leistete einen vergleichsweise gerin-

gen Beitrag von +0,4 Prozentpunkten zum BIP-Wachstum 2014. Diese positive Entwicklung des privaten Konsums ist für die Hanseatic Bank als ein auf Konsumentenkredite spezialisiertes Kreditinstitut ein wesentlicher Einflussfaktor ihrer Geschäftstätigkeit. Ein weiterer Faktor ist die Zahl der Erwerbstätigen, welche 2014 mit 42,7 Millionen das achte Jahr in Folge einen neuen Höchststand erreichte. Für das Jahr 2015 wird von einer weiterhin guten Entwicklung des Arbeitsmarktes ausgegangen, was den privaten Konsum positiv beeinflussen wird.

### Bankenbranche

Im Geschäftsjahr 2014 wurde die Erhebung von Bearbeitungsgebühren für Verbraucherkredite vom Bundesgerichtshof in zwei Urteilen für unzulässig erklärt, was für die Bankenbranche Rückforderungsanträge in Milliardenhöhe bedeutete. Die Bankenbranche wird auch weiterhin aufgrund der regulatorischen Anforderungen gezwungen, ihre Geschäftsaktivitäten anzupassen. Die Euro-Schuldenkrise, die verunsicherten Märkte, die Verschärfung der Bankenaufsicht und die regulatorischen Eigenkapitalanforderungen bleiben bestimmende Themen. Verbraucher- und Anlegerschutz, Kundenzufriedenheit und verantwortungsvolles Kreditgeben stehen nach wie vor als zentrale Aufgaben im Privatkundengeschäft der Banken für die kommenden Jahre im Vordergrund.

## RELEVANTER MARKT UND WETTBEWERB

Der Markt für Baufinanzierungen liegt in Deutschland seit 2011 relativ stabil bei einem insgesamt vorhandenen Umsatzvolumen von rund 196 Mrd. Euro. Die Hanseatic Bank hat sich bei den immobiliennahen Finanzierungen auf den Nachrangbereich spezialisiert und ist in diesem Nischenmarkt Marktführer. Da der Nachrangbereich in den letzten sechs Jahren prozentual zu dem gesamten Baufinanzierungsvolumen gefallen ist, während das Gesamtvolumen jedoch stabil blieb, hat die Hanseatic Bank 2013 das bestehende Produkt EigentümerDarlehen auf den besicherten Bereich ausgedehnt, welcher circa 14,0 % des Gesamtvolumens in der Immobilienfinanzierung ausmacht. Es wird im Jahr 2015 von keiner signifikanten Verschiebung der Marktanteile ausgegangen, obwohl auch neue Wettbewerber in den Markt eingetreten sind.

Der Absatzfinanzierungsmarkt umfasst in den letzten Jahren ein relativ stabiles Gesamtvolumen. Die fünf größten Wettbewerber halten ihre Position und tauschen untereinander Marktanteile aus. Im Bereich der Absatzfinanzierung hat die Hanseatic Bank bereits im Geschäftsjahr 2012 ihre Strategie von der reinen Absatzfinanzierung hin zu einer Finanzierung über eine revolvingende Kreditkarte gewechselt. Infolgedessen ist der Marktanteil im Bereich der klassischen Absatzfinanzierung gesunken.

Der Kreditkartenmarkt in Deutschland wächst weiterhin stabil. Der Großteil des Marktes wird gleichwertig von Visa und Mastercard beherrscht, während American Express und Diners Club zusammen nur etwa 6 % aller Kreditkarten in Deutschland ausmachen. Der Wettbewerb in diesem Markt ist sehr stark. Außerdem konkurrieren Produkte wie V-Pay und die EC-Maestro Card mit der Kreditkarte. Darüber hinaus treten auch Nicht-Banken wie Google, Ebay und Telekommunikationsunternehmen in den Markt ein. Die Hanseatic Bank verfolgt einen Wachstumskurs in diesem Bereich mit dem Vertrieb von White-Label-Kreditkarten über große Kooperationspartner sowie mit dem Vertrieb der hauseigenen GenialCard über Partnerschaften und über Onlinekanäle. Die Hanseatic Bank bietet ihren Kunden durch unterschiedlich zusammengestellte Produkteigenschaften wie Loyalty-Programme, attraktive Vergünstigungen durch die Vorteilswelt oder besondere Versicherungspakete ein interessantes Produkt an.

## GESCHÄFTSVERLAUF

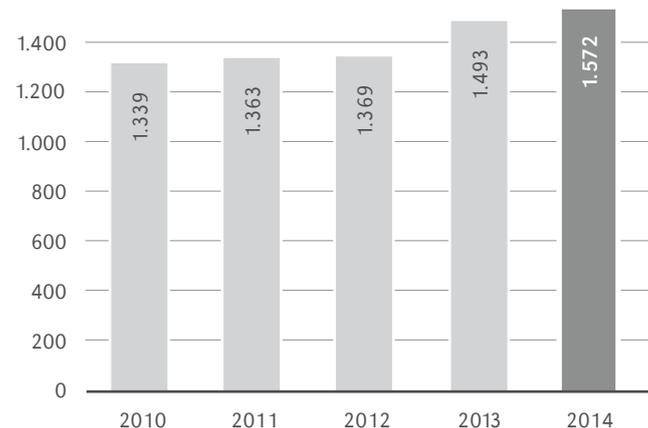
Im Geschäftsjahr 2014 hat die Bank ihre im Geschäftsjahr 2012 gesetzte Strategie, sich auf die Kernprodukte Eigentümer-Darlehen, Kreditkartengeschäft und Konsumentenkredite mittels Kreditkarten zu fokussieren, weiter fortgesetzt, während die Herauslage der weiteren Konsumentenkredite eingegrenzt wurde. Im eigenen Kreditgeschäft schloss das Neugeschäft der Hanseatic Bank mit 345 Mio. Euro um 19,9 % über dem Vorjahr, jedoch -10,2 % unter dem geplanten Wert ab. Dabei lag das Neugeschäftsvolumen des EigentümerDarlehens mit 204 Mio. Euro mit 46,4 % über dem Vorjahr sowie 13,3 % über dem Plan. Die Revolving-Kreditkartenumsätze wiesen jedoch gegenüber dem Vorjahr mit 108 Mio. Euro nur einen leichten Anstieg um 1,8 % aufgrund geringerer Transaktionsaktivität auf und blieben damit um -29,2 % hinter den Erwartungen zurück. Die Gesamtkreditkartenumsätze lagen mit 194 Mio. Euro aber um 19,0 % über dem Vorjahr und lediglich um 14,6 % unter dem geplanten Wert von 227 Mio. Euro. Das Factoring-Neugeschäft, das nunmehr seit 25 Jahren mit der Otto (GmbH & Co KG) betrieben wird, lag mit 1,2 Mrd. Euro um 1,8 % über dem Vorjahr und um 3,0 % über dem Plan.

Das gesamte Neukreditgeschäft stieg somit gegenüber dem Vorjahr um 5 % auf 1.572 Mio. Euro. Damit ergibt sich eine auf Planniveau liegende Bilanzsumme von 2,1 Mrd. Euro. Der Bilanzgewinn liegt mit 17 Mio. Euro um 30 % unter Plan, was im Wesentlichen an den Aufwendungen aus der Rückerstattung von Kreditbearbeitungsgebühren lag, die aufgrund einer Urteilsverkündung des Bundesgerichtshofes erstattet werden mussten. Des Weiteren blieben die Revolving-Kreditkartenum-

sätze sowie die Zinserträge aus dem Factoring-Geschäft aufgrund von Schwankungen im Ankaufspreis hinter den Erwartungen zurück.

Um die Nachfrage an Barkrediten ihrer Kunden zu befriedigen, hat die Hanseatic Bank Ende 2013 eine Kooperation mit einer anderen Bank begonnen, an die Kreditanfragen der eigenen Kunden vermittelt werden. Diese wurde auch im Geschäftsjahr 2014, wenn auch mit geringem Volumen, weiter betrieben. Ergänzend zum Kreditgeschäft werden den Kunden im Einlagenbereich Sparprodukte zur Geldanlage bei der Hanseatic Bank angeboten. Im vergangenen Geschäftsjahr hielt sich das Volumen der Sparprodukte auf einem stabilen Niveau.

## Neugeschäftsvolumen in Mio. Euro



Die Refinanzierung über institutionelle Kunden wurde 2014 zur Diversifizierung ausgeweitet. Die Refinanzierungssätze sind über das Jahr stetig gesunken. Es konnten trotz der allgemein starken Konkurrenzsituation weiterhin auskömmliche Margen erzielt werden.

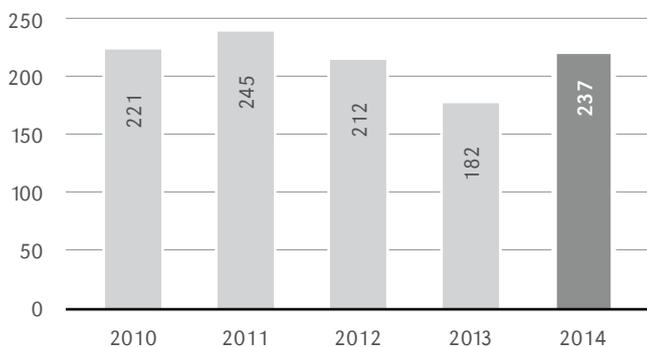
## Tilgungskredite

Nach der Herausforderung im Geschäftsjahr 2012, das Forderungsvolumen gezielt zu steuern und dementsprechend das Neugeschäft der Tilgungskredite im eigenen Kreditgeschäft gemäß der Strategie anzupassen, konnte im Geschäftsjahr 2013 sowie auch 2014 wieder ein Schwerpunkt auf Wachstum gelegt werden.

Die Neugeschäftsentwicklung bei den Konsumentenkrediten blieb gegenüber dem Vorjahr mit 33 Mio. Euro um -37 % zurück, da zum einen aufgrund der Refokussierungsstrategie einige Produkte nicht mehr aktiv vertrieben worden sind. Zum anderen wurde im Bereich der Absatzfinanzierung der Fokus auf kleinvolumige Finanzierungen im Elektronikbereich gelegt. Das

Eigentümerdarlehen schloss aufgrund der erhöhten vertrieblichen Aktivitäten sowie einer Neupositionierung des Produktes und einer angepassten Preisstrategie mit 204 Mio. Euro um 47 % über dem Vorjahreswert ab.

Insgesamt ergibt sich somit ein Neugeschäftsanstieg im Tilgungskreditbereich des eigenen Kreditgeschäfts gegenüber **Neugeschäft Tilgungskredite in Mio. Euro**



dem Vorjahr um 30 %.

### Kreditkarten

Die Hanseatic Bank bietet White-Label-Kreditkarten in Kooperationen mit Partnern wie dem Warenhauskonzern Karstadt oder dem Onlineshop [notebooksbilliger.de](http://notebooksbilliger.de) am Point of Sale sowie online an. Zusätzlich werden Kreditkarten auch in Form der hauseigenen GenialCard direkt oder über Partner angeboten. Die Kombination der klassischen Bezahlungsfunktion mit der Option einer Ratenkreditaufnahme macht dieses Produkt für verschiedene Verwendungsmöglichkeiten interessant. Der Gesamt-Kreditkartenumsatz hat im vergangenen Jahr erneut eine erfreuliche Steigerung um 19 % auf 194 Mio. Euro erzielt. Der Kreditkartenumsatz im revolving-Bereich konnte gegenüber dem Vorjahr um 2 % gesteigert werden.

### Factoring

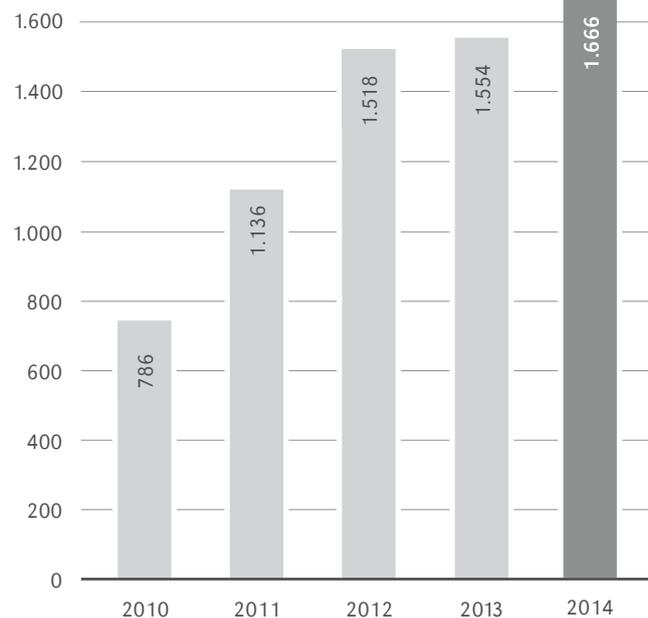
Das Wachstum im Factoring-Geschäft wird durch die Geschäftsentwicklung bei den Distanzhändlern Otto und Schwab bestimmt. Die bereits positive Entwicklung der Vorjahre konnte im Geschäftsjahr 2014 um 1,7 % gesteigert werden.

### Einlagen

Die Entwicklung des Einlagengeschäfts im Geschäftsjahr 2014 entwickelte sich gemäß des Bedarfs der Aktivseite der Bilanz. Nach den starken Zuwächsen im Jahr 2012 nahm der Bestand wunschgemäß wie im Vorjahr moderat zu und stieg um 7,2 %. Im Geschäftsjahr 2014 wurden die Zinssätze der Einlageprodukte gemäß der Markt- und Wettbewerbsentwicklung angepasst. Sowohl festverzinsliche Produkte mit langen als auch variabel verzinsliche Produkte mit kurzen Laufzeiten trugen positiv zu dieser Steigerung bei.

Das Geschäft mit institutionellen Anlegern besteht zur Diversifizierung der Refinanzierungsquellen weiter. Der Bestand an institutionellen Geldern stieg gegenüber dem Vorjahr um 114 % auf 126 Mio. Euro. Die Bank ist am Ende des Jahres 2014 mit circa 83 % durch das Einlagengeschäft mit Privatkunden finanziert.

### Einlagenbestand in Mio. Euro



## PROJEKTE

### Umsetzung der SEPA-Regulieren

Die SEPA-Verordnung sieht vor, dass Überweisungen und Lastschriften ursprünglich ab dem 1. Februar 2014 einheitlichen rechtlichen und technischen Anforderungen im europäischen Zahlungsraum genügen müssen. Die Hanseatic Bank hat trotz der nachträglichen Verlängerung der Frist auf den 1. August 2014 die SEPA-Regulieren zur ursprünglichen Frist umgesetzt.

### Konsolidierung der Kreditsysteme

Im Geschäftsjahr 2014 wurden die Vorbereitungen für den letzten Projektabschnitt zur Konsolidierung der Kreditsysteme getroffen. Im Februar 2015 vollzieht die Hanseatic Bank den letzten Schritt des Konsolidierungsprojekts der verschiedenen Kreditsysteme. Die ersten Projektschritte wurden bereits 2012 und 2013 abgeschlossen. Die Konsolidierung soll zu einer Vereinfachung der IT-Systemlandschaft führen und damit zu effizienteren Prozessen in der Kreditsachbearbeitung.

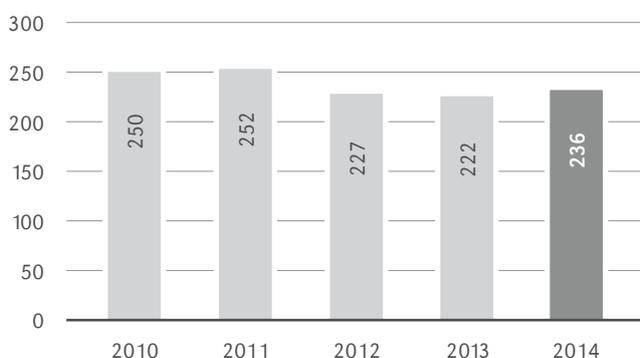
### MITARBEITER

Die Bank beschäftigte am Ende des Geschäftsjahres 2014 insgesamt 236 Mitarbeiter (Dezember 2013: 222), davon 180 Vollzeit-, 53 Teilzeitbeschäftigte und 3 Auszubildende. In der eigenen Servicegesellschaft (HSCE) wurde auf die Entwicklung im Neugeschäft reagiert. Zum Jahresende 2014 lag die Anzahl der Mitarbeiter im HSCE bei 192 (Dezember 2013: 187).

Im Geschäftsjahr 2013 hat die Hanseatic Bank fünf Werte herausgearbeitet, die dem Unternehmen eine eigene Persönlichkeit verleihen sollen, mit der sich jeder Mitarbeiter wohlfühlen und identifizieren kann. Die einzelnen Werte sind: Verantwortung, Kompetenz, Teamgeist, Work-Life-Balance und Kreativität.

Insbesondere das Konzept der Work-Life-Balance wurde 2014 weiter ausgebaut und durch Führungskräftebildungen bewusster gemacht. Auch der Wert Kompetenz wurde durch die kontinuierlichen Mitarbeiterschulungen im Geschäftsjahr 2014 weiter verfolgt.

#### Mitarbeiter



Im Geschäftsjahr 2014 hat sich die Hanseatic Bank zudem an der weltweiten Gesundheitsinitiative Global Corporate Challenge (GCC) beteiligt. 189 Mitarbeiter bildeten 27 Teams und stell-

ten sich der Herausforderung, sich 100 Tage lang bewusster zu bewegen. Gemeinsam legten sie dabei 158.544 Kilometer zurück und verbrannten rund 10 Millionen Kalorien.

### ERTRAGSLAGE

Im Geschäftsjahr 2014 erzielte die Bank einen Bilanzgewinn in Höhe von 17 Mio. Euro. Dies entspricht einer Senkung von 4 Mio. Euro beziehungsweise 17,8% gegenüber 2013. Zu dieser Senkung führten insbesondere die Effekte aus der Urteilsverkündung des Bundesgerichtshofes über die Zulässigkeit der Erhebung von Bearbeitungsgebühren, welche zu Rückforderungen von Kunden in Höhe von 8,8 Mio. Euro und einer Ergebnisbelastung von 3,9 Mio. Euro führten. Das Verhältnis Kosten zu Erträgen (Cost-Income-Ratio) lag im Jahr 2014 trotz dieser außergewöhnlichen Belastung bei 42,2% und damit um 1,9 Prozentpunkte unter dem Vorjahr, was den Erfolg in den Prozessoptimierungen der Bank deutlich macht. Die Verwaltungsaufwendungen liegen aufgrund der Konzentration auf Prozessoptimierungen trotz der Kreditneugeschäftssteigerung auf Vorjahresniveau.

#### Finanzielle Leistungsindikatoren

		2012	2013	2014
Eigenkapital	Mio. EUR	114,6	126,6	146,6
Gewinn v. Ertragsteuern	Mio. EUR	17,6	21,4	18,8
Bilanzgewinn	Mio. EUR	17,2	21,0	17,3
Eigenkapitalrentabilität	%	15,4	16,9	12,8

Die Zins- und Gebührenerträge konnten getrieben durch die Strategie, die Neupositionierung des EigentümerDarlehens und den Fokus auf das Kreditkartengeschäft gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden.

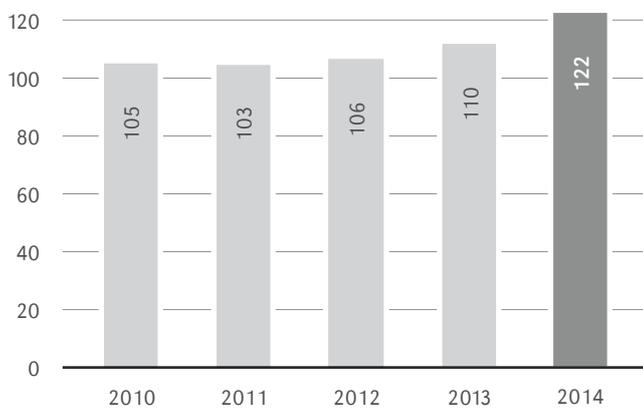
Die finanziellen Leistungsindikatoren zeigen weiterhin eine solide Stabilität. Die Rentabilität sinkt im Vergleich zum Vorjahr durch den beschriebenen Effekt aus der Rückerstattung der Bearbeitungsgebühren sowie durch die Erhöhung des Eigenkapitals gemäß der Basel-III-Anforderungen.

#### Zinsergebnis

Das Zinsergebnis der Hanseatic Bank verzeichnet mit 122 Mio. Euro einen Anstieg um 10,9% gegenüber dem Vorjahr. Das ei-

gene Verbraucherkreditgeschäft trug durch das hohe Bestandsvolumen weiterhin zu stabilen Zinserträgen bei, liegt aber aufgrund der auslaufenden Portfolien mit vergleichsweise hohen Zinssätzen trotz der guten Entwicklung im Bereich des EigentümerDarlehens unter Vorjahresniveau (-6%). Zu der deutlichen Steigerung trugen insbesondere die gegenüber dem Vorjahr gestiegenen Zinserträge aus dem Kreditkartenbereich (+33%) sowie die trotz des Volumenausbaus deutlich geringeren Zinsaufwendungen im Einlagenbereich (-17%) bei.

### Zinsergebnis in Mio. Euro



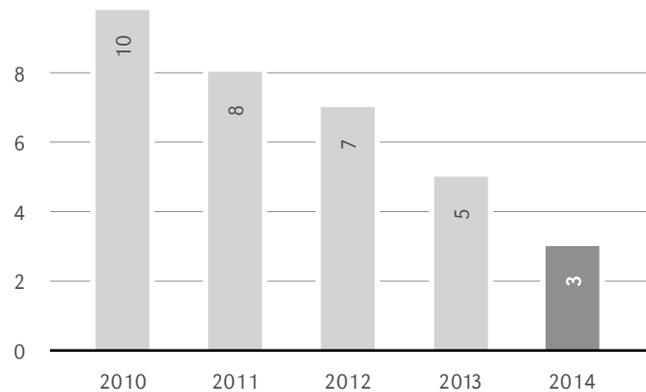
Das Factoring-Geschäft erzielte Zinserträge in Höhe von 70 Mio. Euro und steigerte sich damit gegenüber dem Vorjahr um 8,2%. Aufgrund des niedrigen Zinsniveaus sowie des markt- und wettbewerbsorientierten Preismanagements konnten die Zinsaufwendungen trotz einer Volumenausweitung um 17% gegenüber dem Vorjahr gesenkt werden.

### Provisionsergebnis

Das Provisionsergebnis leistete im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgrund der expansiven Geschäftspolitik im Kreditkartenbereich einen abnehmenden Beitrag. Das Versicherungsangebot zu den verschiedenen Kreditprodukten und dessen stetige Inanspruchnahme durch die Kunden führten im Kreditkartenbereich zu einem leicht gestiegenen Ergebnisbeitrag in Höhe von 4,6 Mio. Euro, was einer Steigerung von 4,5% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Im Bereich des Tilgungskreditgeschäfts stiegen die Erträge gegenüber dem Vorjahr leicht um 2,5% auf 4,4 Mio. Euro an.

Der Ausbau des Kreditkartengeschäfts führte zu einer ansteigenden Belastung durch Vermittlungsprovisionen, die aber die erfolgreiche Kundenwachstumsstrategie der Bank in diesem Bereich widerspiegeln.

### Provisionsergebnis in Mio. Euro



### Verwaltungsaufwendungen

Im Jahr 2014 wurde die Einstellungspolitik an die weiteren Konsolidierungen in der Kreditabwicklung sowie an die Expansion des Kreditkartengeschäfts angepasst. Zusätzlich beanspruchen die gestiegenen aufsichtsrechtlichen Anforderungen an die Bank weitere Ressourcen. Durch stetige Prozessoptimierungen wurde der Personalaufwand trotz des Personalaufbaus und tariflicher Anpassungen um lediglich 3,9% gegenüber dem Vorjahr gesteigert und beträgt somit 14,4 Mio. Euro.

Der Sachaufwand ist gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken, was größtenteils durch Prozessoptimierungen erreicht wurde. Dies führte trotz erhöhter Aufwendungen aufgrund des wachsenden Kreditkartenbereichs und der Investitionen in die IT-Infrastruktur dazu, dass sich die anderen Verwaltungsaufwendungen mit 40 Mio. Euro auf Vorjahresniveau befinden. Die erhöhten Aufwendungen im Bereich der IT-Infra- und Applikationsstruktur sind durch Konsolidierungen der Systeme begründet und werden mittelfristig zu Einsparungen in diesem Bereich führen.

### Risikoergebnis

Die Risikovorsorge in Form von Wertberichtigungen wurde im Geschäftsjahr laufend an die Kreditrisiken unter Berücksichtigung eines vorsichtigen Bewertungsansatzes angepasst. Die Risikokosten liegen mit 52 Mio. Euro deutlich über dem Vorjahreswert. Das liegt insbesondere an dem Verkauf der notleidenden Kredite im Jahr 2013, der das Risikoergebnis einmalig um circa 10 Mio. Euro positiv beeinflusst hat. Im eigenen Kreditgeschäft ist im Jahr 2014 eine strukturelle Verbesserung des Gesamtportfolios zu erkennen. Diese ist letztlich auf die restriktivere Kreditvergabepolitik und eine erneut verbesserte Kreditbearbeitung zahlungsgestörter Kredite zurückzuführen. Positiv wurde das eigene Kreditgeschäft durch eine Anpassung der Einzelwertberichtigungs-Systematik beeinflusst, wodurch die Ri-

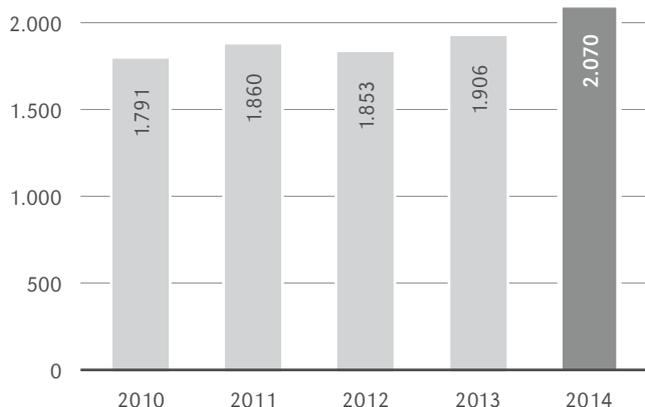
sikokosten einmalig um circa 2 Mio. Euro verbessert wurden. Die Ergebnisverbesserung liegt in der Auflösung von Einzelwertberichtigungen durch Umstellung des Wertberichtigungsverfahrens für das Tilgungskreditgeschäft. Dieses berücksichtigt nunmehr Verzugstage und den Basel-III-Ausfallstatus und nicht mehr historische Mahnstufen. Das neue Verfahren ist somit näher an den regulatorischen Vorgaben der Capital Requirements Directive (CRD IV) und Capital Requirements Regulation (CRR) ausgerichtet. Durch den Wegfall der historischen Mahnstufen und Mahnmerker werden bei aktuell nicht mehr rückständigen Darlehen die Negativkriterien der Vergangenheit nicht mehr in die Bewertung einbezogen, was zu der oben genannten Auflösung der Einzelwertberichtigungen führt.

**FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE**

Die Bilanzsumme stieg unter anderem in Folge der Neugeschäftsentwicklung im Bereich Factoring und EigentümerDarlehen gegenüber Dezember 2014 um 164 Mio. Euro auf 2.070 Mio. Euro an.

Durch den Ausbau des Kreditkartengeschäfts und unterstützt durch das Einlagengeschäft mit kurz- sowie langfristigen Produkten ist die Finanzlage stabil. In Kombination mit der Erhöhung des Eigenkapitals ist die gesamte Lage der Hanseatic Bank als solide und wertbeständig anzusehen.

**Bilanzsumme in Mio. Euro**



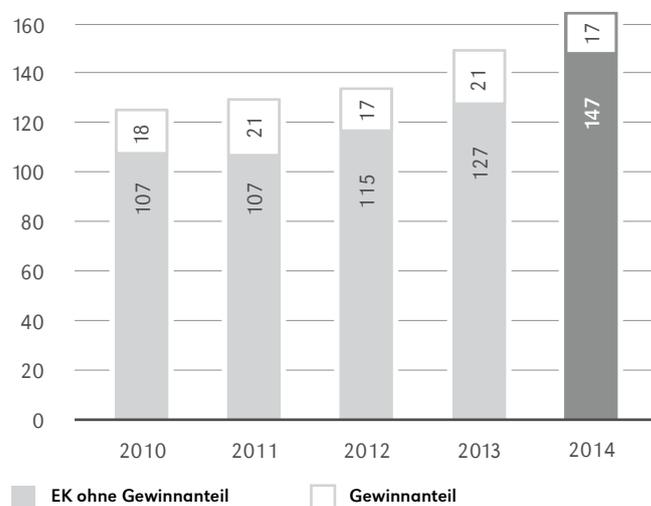
**Eigenkapital und Liquidität**

Zum Ende des Geschäftsjahres 2014 verfügte die Hanseatic Bank über ein Eigenkapital in Höhe von 164 Mio. Euro. Dabei entfielen 17 Mio. Euro auf den Bilanzgewinn. Im Geschäftsjahr 2014 hat eine Kapitalerhöhung um 20 Mio. Euro stattgefunden. Den Gesellschaftern wird eine Vollausschüttung des Gewinns

mit anschließender Kapitaleinzahlung in Höhe von 21 Mio. Euro vorgeschlagen.

Während des gesamten Geschäftsjahres wurden die Grundsätze zum Eigenkapital gemäß der CRR und Liquiditätsverordnung (LiqV) gemäß § 10 und § 11 KWG eingehalten. Zum Geschäftsjahresende wurde eine Eigenkapitalquote nach Art. 92 Abs. 1 Buchst. c) CRR in Höhe von 9,5% ausgewiesen.

**Eigenkapital in Mio. Euro**



Die Hanseatic Bank verfolgt die Änderung der Eigenkapitalanforderungen aus Basel III und leitet notwendige Maßnahmen ab. Insbesondere soll in den nächsten Jahren das Eigenkapital weiterhin sukzessive erhöht werden. Basel III beziehungsweise dessen Umsetzung in europäisches Recht (CRR/CRD IV) enthält daneben erstmals international einheitliche Mindeststandards zur Messung und Begrenzung des Liquiditätsrisikos. Bei der Ermittlung der Liquidity Coverage Ratio (LCR) werden dem Bestand an hochliquiden, unbelasteten Aktiva (Liquiditätspuffer) die Nettozahlungsmittelabflüsse innerhalb von 30 Tagen gegenübergestellt. Die Meldung ist monatlich abzugeben und erfolgte erstmals per Stichtag 31.03.2014. Die LCR lag zum Abschlussstichtag mit 115% bereits über dem ab Oktober 2015 einzuhaltenden Wert von 60%.

Die Notwendigkeit einer Ad-hoc-Anzeige bei Änderung der modifizierten bilanziellen Eigenkapitalquote um mindestens 5,0% gegenüber dem jeweils letzten festgestellten Jahresabschluss gemäß der Vorschrift des §24 Abs. 1 Nr. 16 KWG ist zum 31.12.2014 eingetreten.

Die Liquiditätskennzahl lag zum Abschlussstichtag mit 1,5 über den Anforderungen der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht.

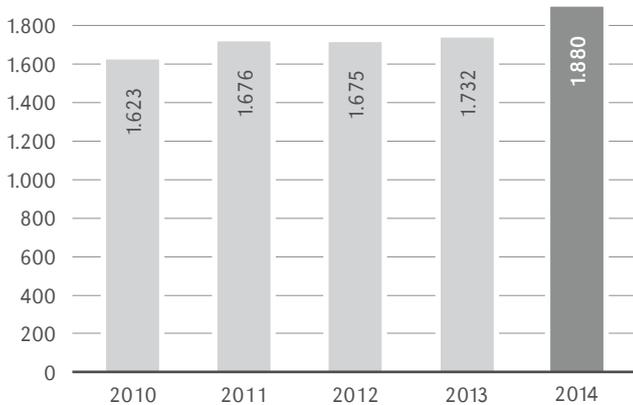
Zur Liquiditätssicherung hält die Hanseatic Bank Refinanzie-

rungslinien über den Konzern Société Générale in Höhe von 150 Mio. Euro vor. Zum 31.12.2014 wurden diese mit 30 Mio. Euro in Anspruch genommen.

### Forderungsvolumen

Das Forderungsvolumen im Jahr 2014 stieg gegenüber dem Vorjahr um 8,5 % auf 1.880 Mio. Euro an. Während der Forderungsbestand im Factoring gegenüber dem Vorjahr um 11 % auf 1.031 Mio. Euro gestiegen ist, führte insbesondere die Neugeschäftsentwicklung des EigentümerDarlehens trotz der 2012 vorgenommenen Anpassungen der Strategie, die den Fokus nicht mehr auf Konsumentenkredite legt, zu einem Anstieg des Forderungsvolumens um 1 % auf 691 Mio. Euro im Bereich der Konsumentenkredite. Die Volumina im Bereich des Kreditkartengeschäfts wurden gegenüber dem Vorjahr aufgrund des gewachsenen Kreditkartenbestands um 38 % auf 157 Mio. Euro ausgebaut.

### Forderungsvolumen in Mio. Euro



### 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 dieser die Geschäfts- und die Risikostrategie vorgegeben sowie auf deren Basis die Kompetenzordnungen festgelegt. Die Strategien stehen im Einklang mit den Vorgaben des Mehrheitsgesellschafters.

### Risikotragfähigkeit

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 Zinsrisikostategie 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.

Die Hanseatic Bank hat ihre bedeutenden Risiken in der Risikotragfähigkeit zusammengefasst. In der für die Steuerung primär relevanten periodischen Risikomessung werden dabei die Interest Margin (realisiertes Risiko, Zinsspannenrisiko, Vertriebsrisiko, Liquiditätsrisiko), das Net Fee Income, die Kostenrisiken (Personal-, Werbe-, EDV- und sonstige Kosten), Abschreibungen von Wertpapieren und das Adressenausfallrisiko, unterteilt nach den Geschäftsbereichen FDL, Factoring und Sonstige, dem Risikodeckungspotenzial gegenübergestellt. In der ökonomischen (barwertigen) Risikomessung wird zwischen Adressenausfallrisiken, Marktpreisrisiko, Liquiditäts- und operationellem Risiko unterschieden. Das wesentlichste Risiko der Hanseatic Bank besteht im Adressenausfallrisiko (Kreditrisiko), welches in der periodischen Risikobetrachtung in der Limitvergabe 70,8 % des Risikodeckungspotenzials von 11,3 Mio. Euro auf sich vereint, gefolgt von der Interest Margin (14,7 %), den Kostenrisiken (8,6 %) und dem Net Fee Income (5,9 %).

Das Risikodeckungspotenzial wird gemäß der aufsichtsrechtlichen Beurteilung bankinterner Risikotragfähigkeitskonzepte ermittelt. Dabei werden bei der periodischen Risikotragfähigkeit der zu erwartende Gewinn des laufenden Geschäftsjahres und freie Teile des Eigenkapitals zusammengefasst. Hierbei wird lediglich so viel Eigenkapital mit einbezogen, dass selbst bei einem vollständigen Aufzehren des Deckungspotenzials die bankaufsichtlichen Mindestkapitalanforderungen noch erfüllt sind. Für die ökonomische Risikotragfähigkeit werden die zukünftigen barwertigen Cash Flows des Bestandsportfolios (ohne Neugeschäft und ohne stille Reserven) einbezogen.

Die Risikotragfähigkeit der Hanseatic Bank wird vierteljährlich erstellt und berichtet.

Bei der Aufstellung der Risikotragfähigkeit wird die Risikodeckungsmasse dem Value-at-Risk (Konfidenzniveau von 99 %) gegenübergestellt. Im Rahmen einer parallel durchgeführten zweiten Betrachtung (Konfidenzniveau von 99,9 %) werden die Ergebnisse im Risikofall mit der vorhandenen Risikodeckungsmasse verglichen. Zusätzlich werden halbjährlich gesonderte Stresstests durchgeführt, um das Risikobild der Bank zu komplettieren.

Im Geschäftsjahr 2014 war die Risikotragfähigkeit der Hanseatic

Bank zu jedem Zeitpunkt in allen Steuerungskreisläufen (periodisch, ökonomisch, aufsichtsrechtlich) gegeben. Die Summe der Risiken befand sich für alle gemessenen Risikoarten innerhalb des von der Geschäftsführung definierten Gesamtbanklimits. Dieses Gesamtbanklimit stellt dabei periodisch – wie oben beschrieben – die Verteilung des realisierten beziehungsweise erwarteten Gewinns des laufenden Geschäftsjahres und des ungebundenen Eigenkapitals auf die Risikoarten dar; stille Reserven werden nicht berücksichtigt. Gleiches gilt für die ökonomische Sicht, bei der die zukünftigen barwertigen Cash Flows des Bestandportfolios (ohne Neugeschäft und ohne stille Reserven) verteilt werden.

Im aktuellen Geschäftsjahr wurden – neben der laufenden Weiterentwicklung und Optimierung – die Anforderungen aus den im Dezember 2012 verabschiedeten Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk) in das Risikotragfähigkeitskonzept eingearbeitet, welches ab 2014 Anwendung fand. Zusätzlich wurden die Konfidenzniveaus von 95 % auf 99 % beziehungsweise von 99 % auf 99,9 % angehoben.

### Risikocontrolling

Die Hanseatic Bank ist vollständig in das Risikocontrolling der Société Générale integriert und hat verschiedene Kennzahlen zur Risikomessung und -überwachung implementiert. Das Reporting erfolgt gemäß der MaRisk sowie zusätzlichen Vorgaben der Société Générale. Das Risikocontrolling wird als eine eigenständige und im Sinne der MaRisk vom Marktbereich unabhängige Organisationseinheit im Marktfolgebereich der Hanseatic Bank geführt. Das Risikocontrolling erstattet regelmäßig unmittelbar an die Geschäftsführung Bericht (u. a. vierteljährliche Risikoberichte).

Der Bereich Risikocontrolling ist operativ verantwortlich für die Messung und das Reporting der Risikosituation der Bank. In diesem Rahmen gehören zu den Kernaufgaben des Bereichs die Implementierung und Weiterentwicklung von Risikoüberwachungs- und Risikosteuerungsmethoden inklusive EWB-System sowie die laufende Identifizierung, Messung, Steuerung, Überwachung und Analyse der Adressenausfallrisiken auf Basis der bankspezifischen Modelle und Instrumente.

Die Hanseatic Bank führt jährlich eine Risikoinventur durch, wobei die einzelnen Risiken, welche mit dem Geschäftsmodell der Bank zusammenhängen, identifiziert und analysiert werden sowie, wenn nötig, Monitoring-Verfahren installiert werden.

### 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 Ad-

ressenausfallrisiko. Eine Risikokonzentration kann ebenfalls nicht beobachtet werden.

Eine Adressenrisikoanalyse findet zu jedem erwarteten Zahlungszeitpunkt statt. Erwarteten Ausfallrisiken wird durch eine monatliche Forderungsbewertung in Form der Bildung von pauschalierten Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen, wobei die Höhe anhand der aktuellen Kontosituation (Verzugstage, Mahnstufe, Basel-III-Ausfallstatus, Kündigung) bestimmt wird. 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.

Zur Früherkennung etwaiger Kreditausfallrisiken werden monatlich Kennzahlen und Analysen erstellt sowie monatliche Ausschüsse abgehalten, anhand derer das Geschäft überwacht wird und gegebenenfalls Maßnahmen beschlossen werden. Die Ausfallrate aller Forderungen über alle Laufzeiten beträgt für das Gesamtportfolio 5,2 %; über das eigene Kreditgeschäft beträgt diese 3,5% (Ratenkredite 3,3 % und Revolving 5,7 %) und über das Factoring 6,6 %.

### Kontrahentenrisiko

In den Derivate-Geschäften ist das Kontrahentenrisiko begrenzt, da diese Geschäfte ausschließlich mit dem Konzern der Société Générale abgeschlossen werden.

### 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 möglichst fristenkongruente Refinanzierung sowie fixierte Rahmenbedingungen für die Handelsaktivitäten der Aktiv- und Passivseite begrenzt. Das Zins- und Liquiditätsrisiko wird hierbei über Limite in 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. Die wesentlichen Eingangsparameter für dieses Modell werden von der Konzernmutter Société Générale genehmigt und einem regelmäßigen Backtesting unterzogen. Zudem werden Zinsswaps (Volumen zum 31.12.2014 beträgt 258 Mio. Euro) zur Steuerung des Zinsänderungsrisikos gekauft. Daneben wird monatlich der Risikostatus auf Grundlage des Standardzinsschocks gemäß den 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.

### Liquiditätsrisiko

Die Hanseatic Bank refinanziert sich weitgehend aus Kundeneinlagen. Die Hanseatic Bank war im Berichtszeitraum höchst liquide und es bestanden zu keinem Zeitpunkt offene Liquiditätspositionen.

Bei der Hanseatic Bank können Liquiditätsengpässe durch den Ausfall eingeplanter Zins- und Tilgungszahlungen (Terminrisiko) sowie die überraschende Inanspruchnahme von Kreditlinien oder durch den Abzug von Einlagen entstehen (als Abrufisiko zu bezeichnen). Das Abrufisiko tritt vornehmlich als Gegenparteirisiko im großvolumigen Kredit- und Einlagengeschäft auf. Im Kreditgeschäft der Hanseatic Bank werden unwiderrufliche Kreditlinien im Individualkundengeschäft in sehr geringem Umfang gewährt. Im Factoring-Geschäft der Bank bestehen gegenüber den Forderungsverkäufern Ankaufszusagen. Diese können jedoch nicht durch das Verhalten der Forderungsverkäufer im Sinne einer freien Abrufentscheidung in Anspruch genommen werden.

Darüber hinaus kann es zu einem Marktliquiditätsrisiko kommen, wenn aufgrund von Störungen oder ineffizienten Finanztiteln nicht mehr zu fairen Marktpreisen veräußert oder beschafft werden kann. Dass die Hanseatic Bank mittelbar von diesen beiden Unterkategorien des Liquiditätsrisikos als Tochtergesellschaft der Société Générale betroffen ist, erscheint unwahrscheinlich. Die Société Générale ist verpflichtet, ein konzernweites Liquiditätsrisikomanagement vorzuhalten. Dazu meldet die Hanseatic Bank ihre Zahlungsstrominformationen an die Société Générale, womit sie in das Liquiditätsrisikomanagement der Mutter eingebunden ist.

Der Finanzbereich der Bank überwacht laufend die Einhaltung der Liquiditätsverordnung.

### Operationelle Risiken (OpRisk)

Das operationelle Risiko der Hanseatic Bank beschreibt die Gefahr von Verlusten, die infolge der Unangemessenheit oder des Versagens von internen Verfahren, Menschen und Systemen oder durch externe Ereignisse verursacht werden, einschließlich Rechtsrisiken. Zur Messung wird der fortgeschrittene Messansatz (AMA) im Sinne des Artikels 321 ff. CRR eingesetzt. Für die operationellen Risiken ist die OpRisk- und Compliance-Abteilung verantwortlich, die die laufende Identifizierung, Messung, Steuerung, Überwachung und Analyse durchführt. Diese Einzelbetrachtungen werden zu einem Gesamtbankrisiko aggregiert. Im Geschäftsjahr 2014 sind 45 Schadenfälle aufgetreten, bei denen der jeweilige Bruttoschaden 1 TEuro oder mehr betrug. Der sich daraus ergebende Gesamtbruttoschaden belief sich

auf ca. 0,7 Mio. Euro. Durch ein qualitatives Schadensmanagement konnten Teilbeträge zurückerlangt und der Gesamtbetrag auf ca. 0,5 Mio. Euro Nettoschaden gesenkt werden. Darüber hinaus hat sich bei einem bereits in den Vorjahren identifizierten Schadenfall der Brutto- und Nettoschaden von ca. 1,1 Mio. Euro auf ca. 8,9 Mio. Euro erhöht, hierbei handelt es sich um die Rückerstattung der Bearbeitungsgebühr.

Die Erfassung und Meldung von Schadenfällen wird durch die zentralen OpRisk-Verantwortlichen durchgeführt. Diese Fälle werden auf Risikogehalt hin untersucht und nachgehalten. Darüber hinaus führt die Hanseatic Bank jährlich eine Risikoinventur durch. Diese dient der Quantifizierung der operationellen Risiken und der Bewertung ihrer Kontroll- und Präventivsysteme. Davon abgeleitet können Maßnahmen zur Risikoreduzierung ergriffen werden.

### Vertriebsrisiko

Der Hanseatic Bank kann ein Vertriebsrisiko entstehen, wenn Produkte am Markt nicht abgesetzt werden können. Das Kreditkartengeschäft sowie Absatzfinanzierungen am Point of Sale und immobiliennahe Kredite werden mittelbar über Partner vergeben. Zur Diversifizierung wurden für alle Geschäftsbereiche Vertriebspartnernetzwerke errichtet, sodass sich das Vertriebsrisiko auf mehrere Partner verteilt. Das Factoring-Geschäft wird direkt mit den Distanzhändlern 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.

Übergeordnetes Gremium ist der Risikoausschuss, der in der Regel monatlich 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 sowie Vertretern der Société Générale aus dem Geschäftsbereich International Banking and Financial Services (IBFS) zusammen.

Die weiteren Ausschüsse (Factoring-Ausschuss, Merchant Committee, Debt Collection Committee, Operational Risk and Compliance Committee und DID-Committee) behandeln spezielle risikorelevante Fragestellungen und verstehen sich als Ergänzung zum Risikoausschuss.

### Zusammenfassende Darstellung

Die Hanseatic Bank geht im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit verantwortungsbewusst Risiken ein. Grundlage hierfür ist eine

Systematik zur Identifizierung, Messung, Analyse und Steuerung von einzelnen Risiken als Bestandteil der Gesamtbankrisikosteuerung.

Darüber hinaus baut die Hanseatic Bank kontinuierlich dieses System aus, insbesondere im direkten Austausch mit dem Konzern. Im Jahr 2014 wurde hier im Wesentlichen ein neues Verfahren für die pauschalierten Einzelwertberichtigungen für das Ratenkreditgeschäft entwickelt. Zudem wurden einige Detail-Reportings installiert. Die Gesamtrisikosituation in Verbindung mit den aufsichtsrechtlichen Vorgaben wird zusammenfassend im Sinne des Risiko-Rendite-Profiles als ausgewogen angesehen. In Zukunft wird die Hanseatic Bank auch weiterhin in die Optimierung des Steuerungssystems und des Risikomanagements investieren, um den betriebswirtschaftlichen und gesetzlichen Anforderungen für die Kontrolle und Steuerung der Risiken gerecht zu werden.

### Verbandszugehörigkeiten

Die Bank ist Mitglied im Bundesverband deutscher Banken e.V., Berlin, im Prüfungsverband deutscher Banken e.V., Köln, im Bankenverband Hamburg e.V., Hamburg, sowie weiterer regionaler Bankenverbände, im Verband der Auslandsbanken, Frankfurt a. M., 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.

## PROGNOSEBERICHT

Mit einem Maßnahmenkatalog im Rahmen eines strategischen Optimierungsprogramms hat sich die Hanseatic Bank Ende 2010 diverse Ziele gesetzt, die 2015 weiter verfolgt werden. Profitables Wachstum mit einer effizienten Abwicklung soll die Kunden- und Partnerzufriedenheit laufend verbessern. Ziel ist es, mit motivierten Mitarbeitern in den Aktivitäten der Bank die Referenz in den entsprechenden Märkten zu werden.

Einhergehend mit den Rahmenbedingungen, die durch die Regulierung vorgegeben werden, fokussiert die Hanseatic Bank ihre Geschäftsstrategie im Jahr 2015 weiterhin auf ihre profitableren Aktivitäten und die Bereiche mit strategischem Wachstumspotenzial. Die gute Entwicklung des Konsumverhaltens der Privatkunden bleibt ein positiver Einflussfaktor, womit der Ausblick für die Nachfrage im Konsumentenkredit- und Kreditkartengeschäft als gut einzustufen ist. Die Hanseatic Bank legt daher den Schwerpunkt ihrer Geschäftsaktivitäten im eigenen Kreditgeschäft auf den weiteren Ausbau ihrer Kernprodukte Eigentümerdarlehen und Kreditkarten. Hier wird insbesondere auf die Gestaltung der Ertragsentwicklung in Balance zu den Kreditausfällen sowie einer schlanken Kostenstruktur Wert ge-

legt. Das derzeitige Niveau der Sparquote lässt die Annahme zu, dass dem Vorsorgemotiv derzeit hinreichend Rechnung getragen wird. Es ist für die Anlageprodukte davon auszugehen, dass diese weiterhin auf dem hohen 2014er Niveau nachgefragt werden. Aufgrund dieser Rahmenbedingungen plant die Hanseatic Bank eine Steigerung des Zinsergebnisses auf 137 Mio. Euro, was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 12% entspricht. Aufgrund der Steigerung der Kreditkartenherauslage sowie der Führung des gestiegenen Kreditkartenportfolios im Bestand werden die Verwaltungskosten im Geschäftsjahr 2015 voraussichtlich auf 56 Mio. Euro ansteigen.

Die Hanseatic Bank plant für das Geschäftsjahr 2015 eine Neugeschäftssteigerung im eigenen Kreditgeschäft um 15% auf 395 Mio. Euro. Das Neugeschäftsvolumen in Form von Revolving-Kreditkarten mit der Möglichkeit einer Ratenkreditaufnahme wird mit 32 Mio. Euro auf Vorjahresniveau erwartet, da sich die Bank auf die Bereiche Online und Mailing in der Neukartenherauslage fokussiert. Die Kreditkartenumsätze werden 2015 voraussichtlich um 31% auf 141 Mio. Euro ansteigen. Die Erwartungen für Immobilienfinanzierungen sehen eine Steigerung von 8% auf 220 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr vor. Im Bereich Factoring werden weiterhin nachhaltig stabile Umsätze mit einem leichten Anstieg um 6% gegenüber dem Vorjahr auf 1.302 Mio. Euro erwartet.

Für das kommende Geschäftsjahr wird mit einem Ergebnis aus normaler Geschäftstätigkeit gerechnet, das mit 29,5 Mio. Euro um 57% über dem Niveau des abgelaufenen Geschäftsjahres liegen soll. Da das Vorjahr aber von der Rückerstattung der Bearbeitungsgebühr geprägt ist, relativiert sich der Anstieg auf 27,9%. Der Volumenanstieg im Kreditkartenbereich wird zu steigenden Zinserträgen führen. Das Provisionsergebnis wird durch die laufenden Verträge über das Jahr 2014 hinaus eine positive Wirkung entfalten. Das Investitions- und Kostenmanagement soll zusammen mit Effizienzsteigerungen im Jahr 2015 eine verbesserte Cost-Income-Ratio erzielen.

Das Eigenkapital wird um 21 Mio. Euro auf 167,6 Mio. Euro erhöht werden. Die Eigenkapitalrentabilität erhöht sich aufgrund des erhöhten Bilanzgewinns auf 17,6%.

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 2016 sollte sich der solide Trend fortsetzen und die Neugeschäftspolitik der Bank soll wieder expansiver gestaltet werden. Insbesondere im Bereich des Kostenmanagements werden sich Erfolge einstellen, da sich die Investitionen der Jahre 2012 bis 2014 auf die Konsolidierung der IT-Landschaft fokussierten, wodurch Einspareffekte entste-

hen. Ein weiterer verstärkter Aufbau des Kreditkartengeschäfts wird aber andererseits zu erhöhten Produktionskosten führen. Die Hanseatic Bank wird sich im für die Finanzwirtschaft schwierigen Umfeld gut behaupten können und wird in ihren Produkten und Märkten daran arbeiten, sich als Referenz zu entwickeln. Die Investitionen in die weitere Verbesserung des Risikomanagementsystems (u. a. Weiterentwicklung der Monitoring- und Scoresysteme) sowie der Ausbau der Geschäftsaktivitäten im Konsumenten- sowie Immobilienfinanzierungsgeschäft 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.

## CHANCENBERICHT

Die Hanseatic Bank betreibt 2015 eine weitere Diversifizierung der Partnerschaften im Kreditkartenbereich. Es werden weitere White-Label-Partnerschaften eingegangen sowie die Online- und Mailingkanäle ausgebaut, um für ein solides Wachstum in diesem Bereich zu sorgen. Das wachsende Kreditkartenportfolio sorgt für Fixkostendegression in diesem Bereich, weshalb auch zukünftig mit Verbesserungen der Cost-Income-Ratio zu rechnen ist.

Zusätzlich führen die IT-seitigen Investitionen in neue Technologien wie zum Beispiel im Bereich der Sofortfinanzierungsanwendung SoFie (eine Online-Kreditantragssoftware) und des Vertriebspartnerportals sowie die Weiterentwicklung im Bereich Internet-Banking zu einem Effizienzgewinn und einer höheren Zufriedenheit der Partner und Kunden. Gleichzeitig werden umweltbelastende Prozesse wie verstärkter Papierverbrauch damit eingeschränkt.

## NACHTRAGSBERICHT

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag liegen nicht vor.

Hamburg, 31. März 2015

Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg  
Geschäftsführung



Michel Billon



Detlef Zell



◀ Das  
Geschäfts-  
jahr 2014

# Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2014

## Bilanz zum 31. Dezember 2014

<b>Aktivseite</b>	<b>31.12.2014 EUR</b>	<b>31.12.2013 TEUR</b>
<b>01. Barreserve</b>		
a. Kassenbestand	136.525	205
b. Guthaben bei Zentralnotenbanken	13.981.968	15.174
<i>darunter: bei der Deutschen Bundesbank</i>	<i>13.981.968</i>	<i>15.174</i>
	<b>14.118.493</b>	
<b>02. Forderungen an Kreditinstitute</b>		
a. täglich fällig	33.198	28
	<b>33.198</b>	
<b>03. Forderungen an Kunden</b>	1.879.874.254	1.732.002
<i>darunter: durch Grundpfandrechte gesichert</i>	<i>9.891.711</i>	<i>12.207</i>
<b>04. Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere</b>		
a. Anleihen und Schuldverschreibungen		
aa. von öffentlichen Emittenten	164.637.923	144.413
<i>darunter: beleihbar bei der Deutschen Bundesbank</i>	<i>164.637.923</i>	<i>144.413</i>
	<b>164.637.923</b>	
<b>05. Aktien und andere nicht festverzinsliche Wertpapiere</b>	7.349	7
<b>06. Beteiligungen</b>	25.565	26
<i>darunter: an Kreditinstituten</i>	<i>0</i>	<i>26</i>
<b>07. Anteile an verbundenen Unternehmen</b>	183.251	183
<b>08. Immaterielle Anlagewerte</b>		
a. entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	2.391.092	4.125
<b>09. Sachanlagen</b>	4.857.329	4.709
<b>10. Sonstige Vermögensgegenstände</b>	3.031.129	2.506
<b>11. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	974.040	2.234
<b>Summe der Aktiva</b>	<b>2.070.133.623</b>	<b>1.905.612</b>

	31.12.2014 EUR	31.12.2013 TEUR
<b>Passivseite</b>		
<b>01. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten</b>		
a. täglich fällig	30.054.421	71.026
b. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	128.877.320	47.648
	<b>158.931.741</b>	
<b>02. Verbindlichkeiten gegenüber Kunden</b>		
a. Spareinlagen		
aa. mit vereinbarter Kündigungsfrist von drei Monaten	640.393.423	619.271
ab. mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als drei Monaten	3.613.376	3.791
	644.006.799	
b. Andere Verbindlichkeiten		
ba. täglich fällig	483.696.607	528.749
bb. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	538.897.510	402.439
	1.022.594.117	
	<b>1.666.600.916</b>	
<b>03. Sonstige Verbindlichkeiten</b>	3.898.843	6.319
<b>04. Rechnungsabgrenzungsposten</b>	44.551.658	47.172
<b>05. Rückstellungen</b>		
a. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	5.369.820	4.809
b. Steuerrückstellungen	7.686	0
c. andere Rückstellungen	6.840.902	6.714
	<b>12.218.408</b>	
<b>06. Nachrangige Verbindlichkeiten</b>	20.074.318	20.078
<b>07. Eigenkapital</b>		
a. gezeichnetes Kapital	83.950.000	83.950
b. Kapitalrücklage	44.224.162	24.224
c. Gewinnrücklagen		
ca. Rücklage für Anteile an einem herrschenden oder mehrheitlich beteiligten Unternehmen	100.000	100
cb. andere Gewinnrücklagen	18.296.838	18.297
	18.396.838	
d. Bilanzgewinn	17.286.739	21.025
	<b>163.857.739</b>	
<b>Summe der Passiva</b>	<b>2.070.133.623</b>	<b>1.905.612</b>
<b>01. Eventualverbindlichkeiten</b>		
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften und Gewährleistungsverträgen	28.335	40
<b>02. Andere Verpflichtungen</b>		
Unwiderrufliche Kreditzusagen	39.591.816	50.260

### Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014

	EUR	2014 EUR	2013 TEUR
<b>01. Zinserträge aus</b>			
a. Kredit- und Geldmarktgeschäften	147.346.673		141.210
b. festverzinslichen Wertpapieren und Schuldbuchforderungen	4.232.509		4.792
	<b>151.579.182</b>		
<b>02. Zinsaufwendungen</b>	29.320.070	122.259.112	35.517
<b>03. Laufende Erträge aus</b>			
a. Aktien und anderen nicht festverzinslichen Wertpapieren	150		0
b. Beteiligungen	147		1
c. Anteilen an verbundenen Unternehmen	0	297	3
<b>04. Erträge aus Gewinngemeinschaften, Gewinnabführungs- oder Teilgewinnabführungsverträgen</b>		398.379	483
<b>05. Provisionserträge</b>	17.737.807		16.986
<b>06. Provisionsaufwendungen</b>	14.710.044	3.027.763	12.486
<b>07. Sonstige betriebliche Erträge</b>		7.559.979	7.643
<b>08. Allgemeine Verwaltungsaufwendungen</b>			
a. Personalaufwand			
aa. Löhne und Gehälter	11.805.388		11.375
ab. Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	2.623.594		2.510
<i>darunter: für Altersversorgung</i>	673.446		674
	14.428.982		
b. Andere Verwaltungsaufwendungen	39.707.695	54.136.677	40.065
<b>09. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf immaterielle Anlagewerte und Sachanlagen</b>		3.253.507	3.982
<b>10. Sonstige betriebliche Aufwendungen</b>		4.896.679	497
<b>11. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Forderungen und bestimmte Wertpapiere sowie Zuführungen zu Rückstellungen im Kreditgeschäft</b>		52.029.358	43.172
<b>12. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Beteiligungen, Anteile an verbundenen Unternehmen und wie Anlagevermögen behandelte Wertpapiere</b>		160.207	133
<b>13. Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit</b>		18.769.102	21.381
<b>14. Außerordentliche Aufwendungen</b>		71.344	71
<b>15. Außerordentliches Ergebnis</b>		-71.344	-71
<b>16. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag</b>	1.395.264		351
<b>17. Sonstige Steuern, soweit nicht unter Posten 10 ausgewiesen</b>	15.755	1.411.019	-66
<b>18. Jahresüberschuss</b>		<b>17.286.739</b>	<b>21.025</b>
<b>19. Bilanzgewinn</b>		<b>17.286.739</b>	<b>21.025</b>

# Anhang für das Geschäftsjahr 2014

## 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 ausgewiesen.

### Forderungen an Kunden

Die Forderungen an Kunden bestehen aus Forderungen aus dem Tilgungskreditgeschäft (eigenes Ratenkreditgeschäft), dem Kreditkartengeschäft, übrigen eigenen Krediten (Kontokorrent-Kredite) sowie aus dem Forderungsankauf von Ratenforderungen von Otto (GmbH & Co KG), Hamburg, und 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 Pauschalwertberichtigung 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 werden 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 i. L., 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 Software-Lizenzen, die linear über sieben Jahre abgeschrieben werden. Das übrige immaterielle Anlagevermögen wird linear über vier Jahre abgeschrieben.

Aktivierungspflichtige Standardsoftware über 150 Euro zzgl. Umsatzsteuer wird linear über die betriebsgewöhnliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Software unter diesem Betrag wird direkt als Aufwand erfasst.

### 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 Laufzeitende 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 Euro, aber nicht von 1.000 Euro zzgl. Umsatzsteuer übersteigen, werden in einem Sammelposten eingestellt und in fünf gleichen Jahresraten, beginnend im Anschaffungsjahr, abgeschrieben. Anlagegüter unter 150 Euro werden direkt im Aufwand erfasst.

#### Sonstige Vermögensgegenstände

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

#### Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bestehen gegenüber der Muttergesellschaft Société Générale S.A., Paris, Frankreich. Sie 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

##### Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Die Pensionsrückstellungen wurden nach versicherungsmathematischen Grundsätzen auf Basis der Richttafeln von 2005G von Prof. Dr. Klaus Heubeck barwertig nach der projizierten Einmalbetragsmethode ermittelt. Als Rechnungszins wurden 4,55% im Sinne der RückAbzinsV zugrunde gelegt. Als Gehaltssteigerungen wurden 2,00% angenommen, als Rentensteigerung 1,75%. Die Dynamik der Beitragsbemessungsgrenze der gesetzlichen Rentenversicherung wurde mit 2,00% berücksichtigt. Bezüglich der Fluktuation wurden unternehmenseigene Fluktuationstabellen herangezogen.

##### Andere Rückstellungen

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 80 TEuro bestehen. Der Betrag der Überdeckung nach Art. 67 Abs. 1 Satz 4 EGHGB beträgt zum Ende des Geschäftsjahres 6 TEuro.

Für die Berechnung der Rückstellungen für Altersteilzeitverpflichtungen wurde ein Zinssatz von 2,81% angenommen. Die übrigen Annahmen lehnen sich an die der Berechnung der Pensionsrückstellungen an.

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 laut den von der Bundesbank veröffentlichten Zinssätzen nach § 253 Abs. 2 HGB unter Berücksichtigung erwarteter Kostensteigerungen abgezinst.

Die Aufzinsung der im Vorjahr abgezinste Rückstellungen erfolgt mit dem im Vorjahr verwendeten Abzinsungszinssatz. Diese Zinsaufwendungen sowie der Erfolg an Änderungen der Abzinsungszinssätze werden für Rückstellungen für Altersteilzeitverpflichtungen in den sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung sowie für die anderen Rückstellungen in den allgemeinen Verwaltungsaufwendungen ausgewiesen.

Das Wahlrecht gemäß IDW RS HFA 34 Tz. 44 Rückstellungen mit einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr abzuzinsen, wird nicht ausgeübt.

Im Rahmen der verlustfreien Bewertung des Bankbuchs auf Basis der barwertigen Betrachtungsweise ergab sich zum Bilanzstichtag nicht die Notwendigkeit der Bildung einer Rückstellung.

### **Nachrangige Verbindlichkeiten**

Die nachrangigen Verbindlichkeiten bestehen ausschließlich gegenüber der Muttergesellschaft Société Générale S.A. in Höhe von nominal 20.000 TEuro und sind zum Erfüllungsbetrag einschließlich abgegrenzter Zinsen ausgewiesen.

### **Bewertungseinheiten**

Die Hanseatic Bank bildet Bewertungseinheiten im Sinne des § 254 HGB. In die Bewertungseinheit werden Verbindlichkeiten als Grundgeschäft einbezogen und mittels derivativer Finanzinstrumente gegen Zinsrisiken abgesichert. Die Grundgeschäfte und die entsprechenden Sicherungsgeschäfte werden ausschließlich zu Portfolio-Bewertungseinheiten zusammengefasst.

Bei den Grundgeschäften handelt es sich um die Produkte SparBrief Dynamik sowie SparBrief, welche unter dem Passivposten „Verbindlichkeiten gegenüber Kunden“ bilanziert werden. Die Zinsrisiken aus diesen begebenen Grundgeschäften werden mithilfe von Plain-Vanilla-Receiver-Zinsswaps auf den Drei-Monats-EURIBOR (Sicherungsgeschäfte) abgesichert. Zum Stichtag wurde ein Grundgeschäftsvolumen in Höhe von nominal 829.182 TEuro mit einer Laufzeit von bis zu sechs Jahren einbezogen. Die gegenläufigen Sicherungsgeschäfte sind derart ausgestaltet, dass diese in allen risikorelevanten Parametern den Grundgeschäften zum Zeitpunkt des Geschäftsabschlusses und während der Laufzeit des Grundgeschäfts entsprechen.

Die Hanseatic Bank schließt Zinsswaps zur Steuerung des Zinsänderungsrisikos ab. Hierbei handelt es sich ausschließlich um OTC-Derivate, welche mit der Konzernmutter als Gegenpartei gehandelt werden. Diese Derivate befinden sich vollständig in Bewertungseinheiten.

Die Wirksamkeit der Sicherungsbeziehung wird bei Designation der Bewertungseinheit sowie monatlich zum Abschlussstichtag kontrolliert. Mit folgenden Ausnahmen ist eine wirksame Absicherung der Grundgeschäfte in Bezug auf die bestehenden Risiken festgestellt worden: Eine Ineffektivität lag im April 2014

über nominal 15.000 TEuro sowie ab Oktober 2014 über nominal 16.000 TEuro vor. Die bilanzielle Abbildung der gebildeten Bewertungseinheiten erfolgt nach der Einfrierungsmethode im Sinne des IDW RS HFA 35.

Einer etwaigen negativen Ineffektivität aus der Bewertungseinheit wird durch eine Bildung einer Rückstellung für drohende Verluste Rechnung getragen.

## ANGABEN ZUR ERLÄUTERUNG DER BILANZ

### Finanzanlagen

In den festverzinslichen Wertpapieren sind stille Reserven zum Bilanzstichtag in Höhe von 16.054 TEuro (i. Vj. 9.234 TEuro) enthalten. Der beizulegende Wert der festverzinslichen Wertpapiere wurde anhand von Börsenkursen ermittelt und beträgt 177.905 TEuro (i. Vj. 150.628 TEuro), der Buchwert beträgt 161.851 TEuro (i. Vj. 141.394 TEuro).

### Anlagenspiegel

	Anschaffungskosten			Stand am 31.12.2014 TEUR
	Stand am 01.01.2014 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	
Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere des Anlagevermögens	129.640	11.246	10.987	129.899
Aktien	7	0	0	7
Beteiligungen	26	0	0	26
Anteile an verbundenen Unternehmen	183	0	0	183
Immaterielle Anlagewerte	24.022	751	10.143	14.630
Sachanlagen (Betriebs- und Geschäftsausstattung)	11.766	916	369	12.313
	<b>165.644</b>	<b>12.913</b>	<b>21.499</b>	<b>157.058</b>

### 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	565.664	610.675	653.310	50.225	1.879.874
<i>davon Forderungen mit unbestimmter Laufzeit</i>	<i>157.631</i>				

Anteilige Zinsen, die erst nach dem Bilanzstichtag fällig werden, werden der Gruppe „Bis 3 Monate“ zugeordnet.

### Wertpapiere des Umlaufvermögens

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens in Höhe von 32.800 TEuro (i. Vj. 12.281 TEuro) werden als Liquiditätsreserve gehalten. Der Ausweis erfolgt einschließlich anteiliger Zinsen.

Von dem ausgewiesenen Bestand werden im auf den Bilanzstichtag folgenden Jahr Zinsen in Höhe von 32 TEuro (i. Vj. 32 TEuro) fällig.

### Wertpapiere des Anlagevermögens

Die in Höhe von 131.838 TEuro (i. Vj. 132.132 TEuro) im Anlagevermögen ausgewiesenen Wertpapiere sind einschließlich anteiliger Zinsen ausgewiesen.

Von dem ausgewiesenen Bestand werden im auf den Bilanzstichtag folgenden Jahr 2.594 TEuro Zinsen (i. Vj. 2.986 TEuro) und zwei Wertpapiere mit einem Nominalwert von je 11.000 TEuro fällig.

Abschreibungen				Buchwerte	
Stand am 01.01.2014 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	Stand am 31.12.2014 TEUR	Stand am 31.12.2014 TEUR	Stand am 31.12.2013 TEUR
494	160	0	654	129.245	129.146
0	0	0	0	7	7
0	0	0	0	26	26
0	0	0	0	183	183
19.897	2.485	10.143	12.239	2.391	4.125
7.056	769	369	7.456	4.857	4.709
<b>27.447</b>	<b>3.414</b>	<b>10.512</b>	<b>20.349</b>	<b>136.709</b>	<b>138.196</b>

### 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 TEuro. Dies entspricht dem gezeichneten Kapital der Gesellschaft. Die Gesellschaft erzielte im Geschäftsjahr 2014 einen Jahresfehlbetrag in Höhe von 15 TEuro. Zum anderen besteht ein 100 %iger Anteil an der HSCE Hanseatic Service Center GmbH, Hamburg, in Höhe von 83 TEuro. Der Jahresüberschuss aus 2014 in Höhe von 398 TEuro wird 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 4.857 TEuro (i. Vj. 4.709 TEuro).

### Sonstige Vermögensgegenstände

Die sonstigen Vermögensgegenstände bestehen im Wesentlichen aus Forderungen gegen Versicherungen für Provisionen für das Jahr 2014 in Höhe von 1.734 TEuro (i. Vj. 1.515 TEuro) und aus Gewerbesteuvorauszahlungen für die Jahre 2013 und 2014 in Höhe von 981 TEuro (i. Vj. 630 TEuro).

### Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen und Gesellschaftern

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind unverbriefte Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 158.932 TEuro (i. Vj. 118.674 TEuro) enthalten. Diese bestehen ausschließlich gegenüber der Gesellschafterin Société Générale S.A.

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kunden sind unverbriefte Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 3.111 TEuro (i. Vj. 2.945 TEuro) enthalten, von denen 1.758 TEuro gegenüber Gesellschaftern bestehen.

Die nachrangigen Verbindlichkeiten in Höhe von 20.074 TEuro (i. Vj. 20.078 TEuro) bestehen ausschließlich gegenüber der Gesellschafterin Société Générale S.A.

### Sonstige Verbindlichkeiten

In den sonstigen Verbindlichkeiten sind mit 648 TEuro (i. Vj. 537 TEuro) noch abzuführende Steuern aus den Gehaltsabrechnungen November und Dezember 2014 enthalten. In Höhe von 593 TEuro (i. Vj. 1.623 TEuro) bestehen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditlebensversicherungen. Weitere Verbindlichkeiten bestehen in Höhe von 2.644 TEuro (i. Vj. 3.225 TEuro) gegenüber dem Finanzamt für Kapitalertrag- und Umsatzsteuer aus Dezember 2014.

### Verbindlichkeitspiegel

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	
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	50.377	0	78.500	0	128.877
Verbindlichkeiten gegenüber Kunden					
a. Spareinlagen					
ab. mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als drei Monaten	125	326	1.565	1.597	3.613
b. Andere Verbindlichkeiten					
bb. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	54.714	168.317	297.820	18.047	538.898

Anteilige Zinsen, die erst nach dem Bilanzstichtag fällig werden, werden der Gruppe „Bis 3 Monate“ zugeordnet.

### **Fremdwährungsschulden/Fremdwährungsvermögen**

Fremdwährungsschulden und -vermögen bestehen bei der Hanseatic Bank nicht.

### **Passive Rechnungsabgrenzung**

Die passive Rechnungsabgrenzung beinhaltet 39.313 TEuro (i. Vj. 36.456 TEuro) für Ratenaufschläge aus dem Factoring-Geschäft, 4.614 TEuro (i. Vj. 9.536 TEuro) für Bearbeitungsgebühren und 571 TEuro (i. Vj. 1.153 TEuro) für Zinssubventionen. Diese werden linear laufzeitanteilig aufgelöst.

### **Pensionsrückstellungen**

Der sich aus der Neubewertung der Pensions- und ähnlichen Rückstellungen zum 1. Januar 2010 ergebende Unterschiedsbetrag wurde gemäß § 67 Abs. 1 EGHGB auf fünf Jahre verteilt. Zum Jahresende 2014 wurde der Unterschiedsbetrag vollständig aufgeholt.

### **Andere Rückstellungen**

Die anderen Rückstellungen betreffen vorwiegend Rückstellungen für Provisionszahlungen an Vertriebspartner in Höhe von 1.125 TEuro (i. Vj. 732 TEuro), EDV-Kosten in Höhe von 978 TEuro (i. Vj. 880 TEuro), Rückstellungen für Prämien, Urlaubsansprüche und Überstunden in Höhe von 907 TEuro (i. Vj. 1.005 TEuro), Rückstellung für drohende Verluste aus Bewertungseinheiten in Höhe von 867 TEuro (i. Vj. 248 TEuro) sowie für mögliche Erstattungsansprüche für Bearbeitungsgebühren im Darlehensbereich in Höhe von 260 TEuro (i. Vj. 1.042 TEuro). Zusätzlich wurden Rückstellungen für Abfindungen und Vorruhestand in Höhe von 296 TEuro (i. Vj. 514 TEuro) gebildet. Für Prüfungskosten wurden 221 TEuro (i. Vj. 252 TEuro) und für Prozesskostenrisiken und Schadenersatzansprüche 160 TEuro (i. Vj. 160 TEuro) zurückgestellt. Die restlichen 2.027 TEuro (i. Vj. 1.881 TEuro) betreffen diverse Kostenrechnungen und Personalaufwendungen.

Der Betrag der Überdeckung bei der Rückstellung für Jubiläumsverpflichtungen nach Art. 67 Abs. 1 Satz 4 EGHGB beträgt zum Ende des Geschäftsjahres 6 TEuro.

Die Rückstellungen für die Anmietung von Räumlichkeiten für Archive sowie für Rückbauverpflichtungen wurden nach dem von der Bundesbank veröffentlichten Rechnungszins für die jeweilige Laufzeit entsprechend abgezinst.

Die übrigen anderen Rückstellungen sind kurzfristig.

### **Nachrangige Verbindlichkeiten**

Bei den nachrangigen Verbindlichkeiten handelt es sich um ein Nachrangdarlehen der Société Générale in Höhe von 20.000 TEuro einschließlich nach dem Bilanzstichtag fälliger Zinsen in Höhe von 74 TEuro. Das Darlehen ist fällig am 25. Februar 2015. Die Zinsvereinbarung lautet auf den Sechs-Monats-EURIBOR + 0,75 % (zum Abschlussstichtag 1,037%). 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 222 TEuro (i. Vj. 230 TEuro) angefallen. Die nachrangigen Verbindlichkeiten werden zum Teil als Eigenkapital angerechnet.

### **Sonstige Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und andere Verpflichtungen**

Es bestehen unwiderrufliche Kreditzusagen in Höhe von 39.592 TEuro (i. Vj. 50.265 TEuro). Diese resultieren hauptsächlich aus offenen Ankaufszusagen im Factoring-Geschäft gegenüber der Otto (GmbH & Co KG) und der Schwab Versand GmbH. Eine zumindest teilweise Inanspruchnahme der Ankaufszusagen ist höchst wahrscheinlich.

## ANGABEN ZUR ERLÄUTERUNG DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

### Zinsergebnis

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

	2014 TEUR	Vorjahr TEUR
Zinserträge aus eigenem Ratenkreditgeschäft	77.106	76.300
Zinserträge aus dem Factoring-Geschäft	69.813	64.519
Übrige Zinserträge	4.660	5.184
Zinsaufwand für Kredite von Kreditinstituten	-1.115	-1.031
Zinsaufwand für Kundeneinlagen	-28.205	-34.486
	<b>122.259</b>	<b>110.486</b>

### Provisionsergebnis

Das Provisionsergebnis setzt sich aus folgenden Positionen zusammen:

	2014 TEUR	Vorjahr TEUR
Provisionserträge aus dem Versicherungsgeschäft	9.243	8.124
Provisionserträge aus dem Kreditkartengeschäft	4.565	4.405
Provisionserträge aus dem Ratenkreditgeschäft	2.068	2.769
Provisionserträge aus dem Zahlungsverkehr	1.564	1.615
Übrige Provisionserträge	298	73
Provisionsaufwand für Kreditvermittlung	-13.960	-11.561
Übriger Provisionsaufwand	-750	-924
	<b>3.028</b>	<b>4.501</b>

### Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2014 TEUR	Vorjahr TEUR
Erträge aus Leistungsverrechnung mit Konzernfirmen	6.604	6.245
Auflösung von übrigen Rückstellungen	506	1.107
Übrige Erträge	450	291
	<b>7.560</b>	<b>7.643</b>

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 506 TEuro (i. Vj. 1.107 TEuro) und Kosten- sowie Zinserstattungen für Vorjahre in Höhe von 127 TEuro (i. Vj. 51 TEuro).

### Allgemeine Verwaltungsaufwendungen

In den sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung sind 501 TEuro (i. Vj. 339 TEuro) Zinsen für die Zuführung zu den Pensionsrückstellungen und 39 TEuro (i. Vj. 30 TEuro) Zinsen für die Zuführung von sonstigen Personalrückstellungen enthalten.

### Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind im Wesentlichen 3.935 TEuro (i. Vj. 0 TEuro) Aufwendungen aus der Erstattung von Bearbeitungsgebühren sowie 619 TEuro (i. Vj. 248 TEuro) für Zuführungen zu Rückstellungen für drohende Verluste aus Bewertungseinheiten enthalten.

### Außerordentliches Ergebnis

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

### Steuern vom Einkommen und Ertrag

In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind Aufwendungen und Erstattungen für Gewerbesteuer für die Jahre 2010 bis 2012 sowie Gewerbesteuervorauszahlungen für das Jahr 2014 enthalten.

## SONSTIGE ANGABEN

### Honorar des Abschlussprüfers

Das im Geschäftsjahr erfasste Gesamthonorar des Abschlussprüfers beträgt für die Abschlussprüfungsleistungen 221 TEuro (i. Vj. 220 TEuro). Honorare für sonstige Leistungen sind 2014 nicht angefallen. Die Abschlussprüfungsleistungen entfallen in voller Höhe auf die Zuführung der Rückstellung für die Prüfung des Jahresabschlusses.

### Gewinnverwendungsvorschlag

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresüberschuss in Höhe von 17.286.739,27 Euro wie folgt zu verwenden:

	EUR
Steuerausgleich an SG Consumer Finance	2.172.742,10
Steuerausgleich an Otto (GmbH & Co KG)	2.814,84
Ausschüttung an	
– Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg	15.000,00
– Otto (GmbH & Co KG), Hamburg	3.774.045,58
– SG Consumer Finance, Rueil Malmaison, Frankreich	11.322.136,75
	<b>17.286.739,27</b>

### 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/Risikoüberwachung

**Michel Billon**, Hamburg  
Geschäftsführer Marktbereich/IT

#### Der Beirat besteht aus den Herren

**Giovanni Luca Soma**, (Vorsitzender), Paris (Frankreich)  
Geschäftsleitung, IBFS Region Europa

**Jürgen Schulte-Laggenbeck**, (stv. Vorsitzender), Hamburg  
Konzern-Vorstand Finanzen, Otto (GmbH & Co KG)

Bis 10.04.14: **Hans-Werner Scherer**, Hamburg, Vorsitzender der Geschäftsführung der EOS Gruppe, EOS Holding GmbH

Seit 11.04.14: **Denis Terrien**, Croix (Frankreich)  
Präsident der 3SI Holding SAS

**Dr. Hermann Frohnhaus**, Hamburg, Vorstandssprecher,  
Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH

**Eric Delarue**, Asnières-sur-Seine (Frankreich)  
Regional-Direktor, IBFS Region Europa

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

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

### Arbeitnehmer

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

	2014	2013
Kaufmännische Angestellte	192	191
davon Vollzeitkräfte	163	164
davon Teilzeitkräfte	29	27

### Konzernabschluss

Die Hanseatic Bank GmbH & Co KG gehört zum Konzern Société Générale S.A., Paris, Frankreich. Die Société Générale S.A. stellt einen Konzernabschluss auf, in den die Hanseatic Bank GmbH & Co KG einbezogen wird.

Persönlich haftende Gesellschafterin ist die Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg (Komplementärin) mit einem gezeichnetes Kapital von 100 TEuro.

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.

### Konzernklausel

Der Konzernabschluss der Société Générale S.A., Paris, Frankreich, wird bei der Geschäftsstelle des Handelsgerichts Paris (Greffe du Tribunal de Commerce de Paris), Frankreich, unter der Register-Nr. 552 120 222 hinterlegt.

## SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

### Mietverträge

Es bestehen zum Bilanzstichtag insgesamt 18 Mietverträge: zwei für die Hauptverwaltung sowie 16 für die Kredit- und Finanzberatungen. Die Mietverpflichtungen betragen 8.203 TEuro bei einer maximalen Restlaufzeit von ca. 12 Jahren.

	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	
Anzahl Verträge	1	10	6	1	18
Mietverpflichtungen	288	853	3.340	4.024	8.505

### Leasingverträge

Es bestehen Leasingverträge für 34 Pkw mit Verpflichtungen in Höhe von 436 TEuro bei einer maximalen Restlaufzeit von ca. 34 Monaten. Weitere Leasingverträge bestehen für Hardware mit Verpflichtungen in Höhe von 251 TEuro bei einer maximalen Restlaufzeit zum Bilanzstichtag von ca. 36 Monaten und für Software in Höhe von 3.077 TEuro mit einer maximalen Restlaufzeit von ca. 36 Monaten.

	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	
Anzahl Verträge Kfz	3	7	24	0	34
Leasingverpflichtungen Kfz	63	148	225	0	436
Anzahl Verträge IT	2	5	9	0	16
Leasingverpflichtungen IT	309	892	2.127	0	3.328

### Derivate

Am Bilanzstichtag bestanden 22 Zinsswaps mit einem Nominalvolumen von insgesamt 258.000 TEuro, die zum Stichtag saldiert einen positiven Marktwert in Höhe von 1.648 TEuro aufwiesen. Davon wiesen alle Swaps einen positiven Marktwert aus.

Hamburg, 31. März 2015

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 2014 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, 31. März 2015

Deloitte & Touche GmbH  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

(Dr. Göttgens)  
Wirtschaftsprüfer

(ppa. Eisel)  
Wirtschaftsprüfer

## Wir informieren Sie gern.

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

### **Hanseatic Service Center**

Service-Hotline 040 600 096 – 430

Mo. bis Fr.: 9 – 18 Uhr

### **Partnermanagement**

Service-Hotline 040 600 096 – 426

Mo. bis Fr.: 9 – 18 Uhr

### **Ihre Ansprechpartner bei Presseanfragen**

CORELATIONS

Agentur für Public Relations

Werner-Otto-Straße 1-7

22179 Hamburg

Gabi Westerteiger

Tel 040 6461 – 5372

Fax 040 6461 – 5492

[gabi.westerteiger@corelations.de](mailto:gabi.westerteiger@corelations.de)

Kathrin-Luise Fiesel

Tel 040 6461 – 5305

Fax 040 6461 – 5492

[kathrin-luise.fiesel@corelations.de](mailto:kathrin-luise.fiesel@corelations.de)

# Impressum

## Herausgeber

Hanseatic Bank GmbH & Co KG  
Bramfelder Chaussee 101  
22177 Hamburg  
Tel 040 646 03 - 0  
Fax 040 646 03 - 297  
www.hanseaticbank.de

## Redaktion

Hanseatic Bank GmbH & Co KG  
Isabella von Köckritz, Teamleiterin Unternehmenskommunikation  
Lena Lorenz, Referentin Unternehmenskommunikation  
Susanne Rade, Junior Referentin Unternehmenskommunikation  
Maren Menge, freie Texterin

## Gestaltung und Satz

Hanseatic Bank GmbH & Co KG  
Marion Maier, Design- und Marketing Managerin

## Bildnachweis

© Sebastian Gram – Porträts der Hanseatic Bank Mitarbeiter: Bilder auf den Seiten 2, 6, 12, 19, 27, 34  
© www.fotolia.com: Seite 10 Bild links (©Robert Kneschke), Seite 11 (©contrastwerkstatt), Seite 14/15 (©rasstock), Seite 16 (©Halfpoint), Seite 17 Bild links (©rawpixel) und Bild rechts (©Blend Images), Seite 18 (©Picture Factory), Seite 23/24 (©coloures-pic), Seite 25 (©Robert Kneschke), Seite 26 Bild rechts (©Anton Gvozdikov), Seite 40 Bild rechts (©Robert Kneschke), Titelmotiv (©ojoimages 4)  
© www.shutterstock.com: Seite 9 (©Jozef Bagota), Seite 30 (©bikeriderlondon), Seite 31 (©Duncan Andison), Seite 32 (©Brian A. Jackson), Seite 40 Bild rechts (©racom)  
© www.thinkstock.de: Seite 8 (©XiXinXing), Seite 24 (©Oko\_SwanOmurphy), Seite 26 Bild links (©Oko\_gonozstudio)  
© www.istockphoto.com: Seite 32 Bild rechts (©26546689)

## Weitere Quellenangaben

Seite 24: Stromberg-Zitate aus Staffel 3, Folge 3 „Karneval“ und Staffel 2, Folge 3 „Der Kurs“.  
Seite 24 – 26: Gallup Engagement Index Deutschland 2014

Das für das Druckpapier verwendete Holz stammt aus verantwortungsvoller Waldbewirtschaftung, zertifiziert nach den Richtlinien des Forest Stewardship Council (FSC).



