

2017 Einfach machen

**Hanseatic
Bank**

»Einfachheit
ist die
höchste
Stufe
der Voll-
endung.«

Leonardo da Vinci (1452–1519)
Maler, Bildhauer und Ingenieur

Einfach machen

Produkte und Services sollten selbsterklärend sein, ihren tatsächlichen Nutzen erfüllen und dabei ein Höchstmaß an Effizienz und Mehrwert bieten. Kurzum: Alles soll einfach sein. Und genau hierin liegt die Schwierigkeit.

Um den Nutzungsanspruch an Produkten und Services zu erfüllen, gilt es, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und herauszufiltern, was der Kunde wirklich braucht.

Durch die mittlerweile schier unendlichen technischen Möglichkeiten erfordert es ein gewisses Maß an Disziplin, sich nicht in den eigenen Ideen zu verlieren und Komplexes tatsächlich einfach umzusetzen.

Ein Ziel, das von der Antike über die Renaissance bis heute an Aktualität nicht verloren hat, wie in den folgenden Artikeln vielseitig erläutert wird.

Inhalts- verzeichnis

Imageteil

6	Die Hanseatic Bank im Überblick
8	Vorwort der Geschäftsführung
10	1 — Der Wunsch nach Einfachheit – damals und heute
18	2 — Wettbewerbsfaktor Einfachheit – simple Lösungen als Innovationsmotor
28	Kennzahlen 2017
30	Highlights 2017
34	3 — Aufs Wesentliche konzentrieren – der neue Markenauftritt
44	4 — Klarheit schaffen – Interview mit dem Simplicity-Coach Dr. Michael Hartschen

Lagebericht

56	Geschäftsmodell
56	Wirtschaftsbericht
57	Relevanter Markt und Wettbewerb
57	Geschäftsverlauf
59	Projekte
59	Mitarbeiter
59	Ertragslage
61	Finanz- und Vermögenslage
63	Risikobericht
68	Prognosebericht
69	Chancenbericht

Jahresabschluss

70	Bilanz
72	Gewinn- und Verlustrechnung
73	Anhang
82	Nachtragsbericht
83	Bestätigungsvermerk

Die Hanseatic Bank im Überblick

Unser Produktangebot

Geschäftsbereiche	Produkt
Kreditgeschäft	
Konsumentenkredite	JetztKredit, DirektKredit, EigentümerDarlehen
Kreditkarten	GoldCard, GenialCard und weitere Kartenkooperationen
Kreditversicherungen	SicherKredit, SicherKreditkarte, SicherPortemonnaie, SicherTasche
Einlagen	TagesGeld, SparBrief, SparBrief Dynamik
Factoring	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	305 Mio. Euro (31.12.2017)
Mitarbeiter	473 (31.12.2017, inkl. Hanseatic Service Center GmbH)
Standorte	Hamburg (Hauptsitz), Berlin, Erfurt, Köln, Leipzig, Nürnberg, Rostock, Schwerin, Stuttgart, Würzburg

Unsere Partner

ACE Auto Club Europa, BAUR, bonprix, Check24, Deposit Solutions (Zinspilot, Savedo), fino digital, hagebau, Hypoport/ Dr. Klein, Interhyp, Karstadt, massUP, OptioPay, ORLEN (star Tankstellen), OTTO, PlanetHome, Raisin (Weltsparen), Schwab, WebID, Weltbild u.a.

Liebe Kunden, Geschäfts- partner und Mitarbeiter,



Detlef Zell
Geschäftsführer
Marktfolge/Risiko-
überwachung,
Hanseatic Bank (li.)

Michel Billon
Geschäftsführer
Marktbereich/IT,
Hanseatic Bank

Kühlschränke, die selbstständig Lebensmittel nachbestellen, und Autos, die fahrerlos einen freien Stellplatz im Parkhaus suchen – intelligente Technologien sind darauf ausgerichtet, uns das Leben zu erleichtern, und werden uns auch in Zukunft viele Aufgaben abnehmen. Eine Vision, die uns trotz oder gerade wegen ihrer Erfolg versprechenden Aussichten herausfordert und zugleich anspornt. Denn der Weg zu mehr Einfachheit ist streckenweise hochkomplex.

Immer mehr Menschen beschäftigen sich heutzutage mit der Frage nach dem wirklich Wichtigen. Sie folgen damit dem Urbedürfnis der Menschheit nach Einfachheit. Ein Zustand, der sich durch Klarheit, Orientierung und Übersichtlichkeit auszeichnet. All das vermittelt ein Gefühl von Sicherheit und ermöglicht es, Schritt zu halten in unserer schnelllebigen Zeit, die geprägt ist von einer enormen Innovationskraft.

Insbesondere im regulierten Finanzwesen stehen wir täglich aufs Neue vor der Herausforderung, die Bankgeschäfte für unsere Kunden einfach zu gestalten.

Gleichzeitig eröffnet sich dadurch ein großes Potenzial, über uns hinauszuwachsen und die Hanseatic Bank weiterhin als leistungsstarke und verlässliche Größe im Finanzsektor zu positionieren. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, haben wir im Rahmen monatelanger Eigen- und Fremdstudien unser Unternehmen auf Herz und Nieren geprüft. Dabei haben wir sowohl unsere Kenntnisse, Leistungen und Produkte selbst kritisch hinterfragt als auch die Meinungen von Ihnen, unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitern, intensiv mit in diesen Prozess einbezogen. Herausgekommen ist unsere neue Marken- und Kommunikationsstrategie, die die Wünsche, Anforderungen und Bedürfnisse unserer Kunden noch stärker in den Fokus rückt.

Neben dem Relaunch unserer Website, die sich durch eine intuitive und übersichtliche Menüführung auszeichnet, gehört auch die Gründung unseres Solution Lab zu einem der bedeutendsten Projekte im Jahr 2017. Abseits ihres gewohnten Arbeitsumfeldes entwickeln unsere Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen hier innovative Ideen rund um ein vereinfachtes Banking und den Ausbau der eigenen Kompetenzen. So wurde unter anderem eine Weiterbildungsplattform geschaffen, über die jeder Mitarbeiter sein Wissen eigenverantwortlich und seinen Interessen entsprechend erweitern kann. Die jüngsten kundenzentrierten Lösungen, die mehr Einfachheit bei gleichbleibend hohem Service bieten, sind unsere ebenfalls 2017 neu eingeführten Versicherungspakete sowie unsere Hanseatic Bank App.

Bei der Optimierung und Weiterentwicklung unseres Portfolios konzentrieren wir uns darauf, was unsere Kunden wirklich brauchen.

Ein Faktor, der dabei eine sehr bedeutende Rolle spielt, ist die Flexibilität. Es ist unser Ziel, unseren Kunden ein Höchstmaß an finanzieller Freiheit zu bieten und damit Raum für die persönliche Entfaltung zu schaffen. Ohne zu starre und einschränkende Verbindlichkeiten. Dass wir dieses Anliegen einhalten und verwirklichen, zeigt unser EigentümerDarlehen. Mit einem rekordbrechenden Jahresumsatz von 410 Millionen Euro im vergangenen Jahr gilt das Produkt, das Träume wahr macht, auch 2018 als wichtiger Wachstumsmotor für die Hanseatic Bank.

Dies zum Vorbild nehmend, bleiben wir auch in diesem Geschäftsjahr unserer Linie treu, unsere Kunden weiterhin in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen. Dafür, liebe Kunden und Partner, werden wir noch aktiver auf Ihre individuellen Bedürfnisse eingehen. Die weiterentwickelte Version unserer Hanseatic Bank App in Kooperation mit Visa ist im Frühjahr 2018 bereits live gegangen. Die Einführung eines Customer-Relationship-Management-Systems läuft bereits auf Hochtouren. Auch neue digitale Services und Angebote in Zusammenarbeit mit FinTechs werden uns unsere starke Position im Wettbewerb sichern.

Parallel dazu stecken wir mitten in der Transformation unserer internen Arbeitsweisen und -strukturen. Im Fokus steht hierbei eine neue, agile Organisationsform, die Ihnen, liebe Mitarbeiter, noch mehr Eigenverantwortung und damit eine flexiblere Jobgestaltung bietet und auf die wir Sie mit verschiedenen Workshops vorbereiten. Dies sorgt nicht nur für ein effektiveres Arbeiten, sondern auch für weiterhin zufriedene Kunden. Das Jahr 2018 steht also klar unter dem Motto: Einfach machen.

In diesem Sinne freuen wir uns, es gemeinsam anzupacken.

Ihr

Detlef Zell

Michel Billon



1 — Der Wunsch nach Einfachheit

Damals und heute



Von Biedermeier, Baumhäusern und Bierdeckeln

Eine schlichte Ausstellung, eine reduzierte Wohnarchitektur, ein vereinfachtes Steuerkonzept – vor knapp einem Jahrzehnt erlebten Sinnbilder und Projekte der Einfachheit eine Renaissance.

Die Simplizität als angestrebtes Lebens- und Arbeitsmodell wurde neu entdeckt. Kein Zufall, wie sich Historiker, Philosophen und Trendforscher einig sind. Damaliger Auslöser für die starke Sehnsucht nach einem einfacheren Leben war die im Jahr 2007 beginnende Weltwirtschafts- und Finanzkrise.

Tatsächlich aber ist die Rückbesinnung auf alte Tugenden wie Ehrlichkeit, Bescheidenheit, Fleiß und Vertrauen schon seit Menschengedenken die Folge orientierungsloser, unklarer, aber auch verschwenderischer Lebensweisen und Verhältnisse. Bereits in der Antike propagierte der griechische Philosoph Sokrates das „einfache Leben“ mit dem Ziel, Glück zu finden. Auch sein Schüler Platon setzte mit seiner „Politeia“ – der Idee des einfachen Staats – die Gedanken seines großen Lehrmeisters fort. Seine Vision bestand darin, einen Staat zu formen, der allein auf die Grundbedürfnisse seiner Bürger – wie Essen, Trinken und Schlafen – ausgerichtet ist. Ein Bild, das auch mehr als 2500 Jahre später dem US-amerikanischen Gründer der sogenannten Tiny-House-Bewegung vorschwebte.

Jay Shafers Geschäftsidee vom Minihaus inspirierte viele Architekten in Europa zu einer ganz neuen Gestaltungsrichtung: der Mikroarchitektur.

Diese kurz nach der US-amerikanischen Immobilienkrise entstandene innovative Bauweise ermöglicht das Leben auf kleinstem Raum. Ob im Bauwagen oder im Baumhaus, im Holzfass oder auf dem Hausboot: Das auf wenige Quadratmeter reduzierte Wohnen bietet den Menschen ein Höchstmaß

an freier Entfaltung. Sowohl finanziell als auch in Bezug auf ihre Persönlichkeit. Aufgrund der freiwilligen Platzreduzierung entledigen sich die Besitzer von Minihäusern jeglichen materiellen Überflusses und eifern damit abermals einem griechischen Philosophen der Antike nach. So gilt Diogenes bis heute als Repräsentant der Bedürfnislosigkeit. Er soll in einer Tonne gehaust und darin über das Leben sinniert haben. Allerdings gänzlich ohne technische Hilfsmittel, wie sie den Minihausbewohnern der Moderne in Form von diversen Kommunikationsgeräten zur Verfügung stehen.

Ein Beleg dafür, dass die Art und Weise, wie Menschen wohnen, enorm vom jeweiligen Zeitalter geprägt ist, in dem sie leben. Dies zeigt beispielsweise auch die Biedermeier-epoche sehr deutlich. Wurde sie bis vor etwa zehn Jahren noch als verstaubt und langweilig wahrgenommen, erfährt sie spätestens seit der ihr gewidmeten Ausstellung in Berlin im Jahr 2007 große Beachtung.

Unter dem Namen „Die Erfindung der Einfachheit“ standen die Biedermeierexponate exemplarisch für die Sehnsucht nach neuer Struktur und Ordnung.

So wie die Welt heute auf die 2007 beginnende Finanzkrise als eine bewegte und krisengebeutelte Zeit zurückblickt, tat

sie es auch um das Jahr 1815. Nur wenige Jahre zuvor war Napoleon in den Krieg gegen Russland gezogen. Befreiungskriege und die Völkerschlacht bei Leipzig sowie schließlich die verlorene Schlacht bei Waterloo und der damit einhergehende Untergang Napoleons mündeten in der Neuordnung Europas. Im selben Jahr wurde auch der Deutsche Bund gegründet. Nach den Zeiten des Krieges sehnten sich die Menschen nach vertrauten Werten, die sie vor allem in der Familie fanden. Anstelle der Repräsentation nach außen stand das häusliche Glück in den eigenen vier Wänden im Vordergrund. Die sogenannte Biedermeierstube gilt als Urform des heutigen Wohnzimmers. Auch der Ausdruck der deutschen Gemütlichkeit soll in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts entstanden sein.

Ein weiteres Schlüsselwort der Biedermeierära ist die Bescheidenheit. Im Jahr 2008 machte sich die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel auf dem CDU-Parteitag diesen Begriff zunutze. Mit dem Appell, nicht über seine Verhältnisse zu leben und sich auf das Wesentliche zu beschränken, forderte sie eine ausgeglichene Haushaltspolitik ein. Ein hierauf basierender Lösungsansatz symbolisiert das von liberaler Seite ausgerufenen „Bierdeckel-Steuerkonzept“: Ziel sollte es sein, das derzeitige Steuerrecht radikal zu vereinfachen – und zwar so sehr, dass die wichtigsten Eckpunkte auf einem Bierdeckel Platz finden. Simplizität sollte der Kompass im Dschungel von Bürokratie und Verwaltung sein. Auch wenn die vielversprechende Steuerinitiative bis heute nicht umgesetzt wurde, so steht sie dennoch für ein Umdenken in Politik und Wirtschaft.

Die Simplizitätsbewegung ist kein kurzlebiger Trend, sondern ein Paradigmenwechsel.

So formuliert es der Wiener Zukunfts- und Freizeitforscher Peter Zellmann, der eine Umkehr im Konsumenten-Anbieter-Verhältnis feststellt. Auch Medienwissenschaftler Eike Wenzel, Leiter des Hamburger Instituts für Trend- und Zukunftsforschung, stimmt dieser These zu. Laut seiner umfassenden Studie prognostiziert er für die nächsten zehn bis zwanzig Jahre das vorherrschende Thema: Sinnmärkte. Hier liegt der Fokus auf Nischen- und Regionalmärkten und geht weg von Markenprodukten. Nach dem Zeitalter der digitalen Transformation beginnt Wenzels Meinung nach nun die empathische Ära der Harmonisierung. Leistung und Lebensfreude müssen keine Gegensätze mehr sein. Um zeitgemäß handeln zu können, müssen Unternehmen gewohnte Belohnungs- und Arbeitsmodelle aufgeben und individuell auf die Konsumentenbedürfnisse eingehen.

Für den Aufbruch in ein Zeitalter, das sich auf das einfache Leben zurückbesinnt, steht laut Experten auch die Do-it-yourself-Mentalität der Menschen. Selbst Gemüse anpflanzen, Marmelade einkochen, Kleidung stricken und nähen oder Küchentisch und Bett selbst bauen ist wieder voll im Trend. Auch wenn die Vorgänge als solche nicht unbedingt einfach sind, geben sie den Hobby-Gärtnern, -Köchen, -Schneidern und -Tischlern jedoch die Ruhe, die sie in ihrem Arbeitsleben oft nicht mehr finden. Während sich im Multitasking-Zeitalter alles im laufenden Prozess befindet und vieles zur gleichen

Antike:

ca. 1000 v.–600 n. Christus

Die griechischen Philosophen Sokrates und Platon propagieren das „einfache Leben“ mit der Idee der „Politeia“, eines Staates, der sich allein auf die Grundbedürfnisse seiner Bürger wie das Essen, Trinken und Schlafen konzentriert.

Renaissance und Humanismus:

15. Jahrhundert

Im Jahrhundert der Reformationen erfindet Gutenberg den Buchdruck mit beweglichen Lettern, Christoph Kolumbus entdeckt Amerika, Kopernikus setzt das heliozentrische Weltbild durch und Leonardo da Vinci entwickelt die erste Flugmaschine.

Biedermeier:

1815–1848

Der kurz zuvor erfolgte Untergang Napoleons sorgt für die Neuordnung Europas, und der Deutsche Bund wird aus 39 Einzelstaaten gegründet. Jenseits aller politischen Wirren besinnt sich die Gesellschaft zurück auf die Privatsphäre in häuslicher Umgebung.

Die Einfachheit im Sinne von Struktur und Klarheit verleiht ein Gefühl von Sicherheit und Heimat.

Zeit stattfindet, ist das Setzen einer Pflanze oder das Nähen einer Hose ein in sich abgeschlossener Arbeitsvorgang, so Trendanalyst Harry Gatterer. Und das wirke beruhigend.

Ob Do-it-yourself, Simplify-your-life, die Bio- und Veganszene oder die Sehnsucht nach ländlicher Idylle: Das Phänomen des sogenannten Neobiedermeiers verspricht Sicherheit.

Blickt man auf die Geschichte zurück, wird deutlich, wie sehr sich die Menschen in unruhigen Zeiten ein geordnetes und damit einfaches Leben wünschen. Die Einfachheit im Sinne von Struktur und Klarheit verleiht ein Gefühl von Sicherheit und Heimat. Wer diese Denk- und Handlungsweisen versteht und entsprechend darauf reagiert, findet schnell Anhänger seines Tuns. Das erklärt beispielsweise, warum laut einer Studie knapp ein Viertel aller Deutschen jüngst die Achtzigerjahre zu ihrem Lieblingsjahrzehnt gekürt hat. Obwohl das Internet noch nahezu bedeutungslos war, Musik von der Kassette abgespielt wurde und der Kalte Krieg herrschte. Oder gerade deshalb. Die Fronten waren geklärt, sowohl kulturell und technologisch als auch wirtschaftlich und politisch. Es galt schwarz oder weiß, dafür oder dagegen.

Was in den Achtzigern nur auf die Kleidung zutraf, gilt im Zeitalter der Digitalisierung und Globalisierung für die ganze Welt: Sie ist bunter und damit auch unübersichtlicher geworden.

Doch genau hierin liegt ein enormes Potenzial für Unternehmen aller Branchen. Ziel muss es sein, mit praktischen Produkten und Angeboten den Menschen einfache Lösungen zu bieten. Lösungen, die das Leben leichter machen. Komplexe Prozesse oder Technologien müssen simpel verpackt werden und intuitiv bedienbar sein, wie beispielsweise in der Vergangenheit die Glühbirne, der Wasserhahn oder das Telefon.

Um also die Sehnsucht nach Simplizität für den unternehmerischen Erfolg nutzen und damit auch künftig seine Marktposition halten und stärken zu können, ist es unverzichtbar, aus Kundensicht zu denken. Und die lieben es einfach. So einfach, dass die Lösung im übertragenen Sinn idealerweise auf einen Bierdeckel passt.

Mitte bis Ende des 19. Jahrhunderts:

Die Erfindungen der Glühbirne, des Telefons und des Flugzeugs leiten einen historischen Umbruch von der Tradition in die Moderne ein. Fortschrittliche Technologien eröffnen den Menschen ganz neue Wege in verschiedensten Lebensbereichen.

Weltwirtschafts- und Finanzkrise: seit 2007

Ausgelöst durch das Platzen der sogenannten Immobilienpreisblase in den USA und die damit einhergehende Finanz- und Bankenkrise geraten Konzerne und Unternehmen weltweit ins Wanken.

Ziel muss es sein, mit praktischen Produkten und Angeboten den Menschen einfache Lösungen zu bieten. Lösungen, die das Leben leichter machen.

Quellen

<https://www.trend.at/leben/hobby/warum-leistungsgesellschaft-gaertnern-heimwerken-kochen-324165>
<https://www.rundschau-online.de/aus-aller-welt/yougov-umfrage-viele-deutsche-sehnen-sich-die-80er-jahre-zurueck-24612968>



2 — Wettbe- werbsfaktor Einfachheit

Simple Lösungen als
Innovationsmotor



Weniger ist mehr

Autos starten schlüssellos über Funk, in der Mikrowelle lässt sich ein Drei-Gänge-Menü zubereiten und Fahrkartenautomaten erkennen von selbst, welches Ticket wann am günstigsten ist – Technik, die begeistert.

Vorausgesetzt, die Nutzer wissen sie korrekt zu bedienen. Denn nicht alle Funktionen sind selbsterklärend und erleichtern somit den Alltag. Zu viel Technik kann überfordern.

Um dem entgegenzuwirken, müssen die Kernfunktionen wieder in den Fokus rücken. Das erfordert ein Umdenken in der Produktentwicklung, frei nach dem Motto: Weniger ist mehr.

Dass in der Konzentration aufs Wesentliche häufig der Schlüssel zum Erfolg liegt, belegt eine Anekdote aus der Raumfahrt: Damit die Astronauten auch im All handschriftliche Notizen ausführen können, ließ die NASA dem Mythos nach den „Space Pen“ für eine Million US-Dollar entwickeln. Ein Kugelschreiber mit einer durch Gas ständig unter Druck stehenden Mine, wodurch die Tinte trotz Schwerelosigkeit nach unten fließen kann. Die russischen Kosmonauten hingegen – so die Sage – benutzten einfach einen Bleistift. Auch wenn diese Geschichte in Teilen widerlegt wurde, ist sie dennoch sehr aussagekräftig.

Einfachheit ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren bei der Entwicklung zukunftsfähiger Produkte und Dienstleistungen.

Laut Professor Detlef Zühlke vom Deutschen Forschungszentrum für künstliche Intelligenz vertrauen Kunden einfachen Produkten mehr als komplizierten. Kein Wunder also, dass Anbieter von selbsterklärenden und schnell verständlichen Produkten weltweit auf dem Vormarsch sind. Wichtige Impulsgeber für Innovationen, die das Leben in vielerlei Hinsicht erleichtern, sind Start-ups. Junge Unternehmen, die mit ihren Geschäftsideen weitverbreitete Probleme in verschiedenen Lebensbereichen lösen wollen. Und das möglichst simpel. Neben der Optimierung bestehender Produkte und Dienstleistungen bewegen sich die Gründer mit ihren Erfindungen nicht selten auf jungen oder noch nicht existierenden Märkten. So ist aktuell zu beobachten, dass sich mehrere Start-ups in Deutschland auf die Abwehr von Cyberattacken spezialisieren und damit ein relativ neues Phänomen thematisieren.

Eine Möglichkeit, um Geschäftsideen zu finanzieren und zu etablieren, besteht darin, einen geeigneten Investor zu finden und für sein Projekt zu begeistern. Ohne gute Beziehungen oder ein entsprechend professionelles Netzwerk ist dies jedoch nicht leicht. So ist der große Erfolg des im deutschen Fernsehen seit dem Jahr 2014 ausgestrahlten Formats „Die Höhle der Löwen“ nicht verwunderlich.

In der Sendung erhalten Erfinder und Gründer die Chance, ihre Idee namhaften Investoren vorzustellen. Überzeugt ihr Konzept, werden sie durch Kapital, Expertise und ein beachtliches Netzwerk gefördert. Im Gegenzug erhält der Investor eine prozentuale Unternehmensbeteiligung. Die 2016 mit dem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnete Unterhaltungsshow hat hierzulande zahlreiche Menschen inspiriert und den Erfindergeist in vielen geweckt. Innerhalb der vier ausgestrahlten Staffeln konnten weit über einhundert Jungunternehmer einen „Deal“ mit einem oder mehreren Investoren schließen. Einige von ihnen sind bereits heute millionenschwer.

Deutsche Start-ups, die Erfolgsgeschichte schreiben:

Morotai – eine Sporthose für alles
Funktional, stylish, zeitlos: Mit dieser Motivation entwickelte der Gründer Rafy Ahmed eine Hose, die sich für alle Sportarten eignet. Atmungsaktiver Stoff, luftdurchlässiges Meshgewebe und eine kleine Tasche für das Smartphone oder den Haustürschlüssel – mehr braucht es nicht, um sich erfolgreich den etablierten Marken auf dem Sportmarkt zu stellen.

Wunderlist – alle Aufgaben und Notizen stets im Blick

Der kostenlose Onlinedienst „Wunderlist“ aus dem Hause der 6Wunderkinder wurde von Anfang an stark nachgefragt. Aufgaben und Notizen können einfach in einer App verwaltet werden. Bereits kurz nach dem Markteintritt im Jahr 2010 wurde der digitale Service zur „iPhone App der Woche“ in 104 Ländern. Nur sieben Jahre später ist er Teil des US-amerikanischen Software-Imperiums Microsoft.

Abfluss-Fee – lässt Schmutz einfach verduften

Die Erfindung des gelernten Sanitär- und Heizungsmeisters Karl-Heinz Bilz ist seit 2016 in

Millionen von deutschen Haushalten zu finden. Die „Abfluss-Fee“, ein sogenannter Duftstein fürs Waschbecken, bewahrt den Abfluss vor hartnäckigen Verstopfungen und Verschmutzungen, die beispielsweise durch Seifen- und Haarreste entstehen.

Jimdo – Websites zum Selbstbauen

Mit der Entwicklung des Webseitenbaukastens Jimdo gehören die Hamburger Erfinder mittlerweile zu den Urgesteinen unter den Internetgründern. Unter dem Motto „Mach’s dir leicht“ wird es mit Jimdo jedem ermöglicht, seinen Internetauftritt online selbst zu gestalten – und das kinderleicht.

Bügel-Clou – knitterfreie Ärmel in Sekundenschnelle

Berufsbedingt trägt der Ex-Manager und Rechtsanwalt Christian Peitzner-Lloret täglich Hemden. Durch den damit einhergehenden Bügelfrust, der sich bei ihm vor allem einstellte, wenn es um das Glätten der Ärmel ging, erfand er kurzerhand den Bügel-Clou: eine unkomplizierte Bügelhilfe, die sich dank ihres flexiblen Federstahldrahts Hemden- und Blusenärmeln in allen Größen anpasst.

Tado – die volle Energiekontrolle
Das Münchener Start-up Tado bietet mit seiner App die Steuerung von Heizungs- und Klimaanlage – und das vollautomatisch. Dank der intelligenten Technologie können die Nutzer so komfortabel leben und dennoch verantwortungsvoll mit der Energie haushalten. Ein Konzept mit Zukunft, wie beispielsweise der US-Konkurrent Nest gezeigt hat, der für eine Milliardensumme von Google aufgekauft wurde.

Heute haben zahlreiche Unternehmen eine eigene „Höhle der Löwen“, in der Mitarbeiter innovative Ideen entwickeln, testen und vorstellen können.

Ziel der Innovationsabteilungen ist es, mit ihrem Unternehmen am Puls der Zeit zu bleiben. Nur so können sie sich gegenüber dem Wettbewerb behaupten. Dabei sollen die Produkte oder Dienstleistungen nicht nur leicht verständlich sein, sondern auch effizient und qualitativ hochwertig. Um das zu erreichen, nehmen sich die Entwickler gerne die Natur zum Vorbild. Ebenso wie die bahnbrechende Erfindung Leonardo da Vincis, der den Vogelflug auf die Entwicklung einer Flugmaschine übertrug, entstammen auch viele aktuelle Ideen dem Forschungsansatz der Bionik. Ein Beispiel aus der heutigen Zeit sind effiziente Turbinen von Wasserkraftwerken, deren Strömungsdesign von Meeresalgen abgeleitet wurde.

Ein weiteres wichtiges Instrument für die Konzeption einfacher Lösungen ist die digitale Technologie. So dient das Internet der Dinge, das die automatisierte Kommunikation zwischen einzelnen Geräten ermöglicht, als optimale Plattform für die Entwicklung und Erforschung von sogenannten smarten Produkten. Dank hochkomplexer Technologien erhalten die Nutzer immer mehr Möglichkeiten, ihr Leben einfacher zu gestalten. Zumindest in der Theorie. Inwieweit das Mehr an Funktionen aber tatsächlich praktikabel ist, wird immer öfter infrage gestellt.

Seit einiger Zeit proklamieren viele Zukunftsforscher den „Krieg der Knöpfe“ und warnen davor, Menschen mit zu viel Technik zu überfordern. So offenbarten zahlreiche Umfragen unter Konsumenten, dass von den Funktionen an technischen Geräten häufig nur 20 Prozent im Alltag tatsächlich genutzt würden. Manchmal sogar noch weniger. Bestes Beispiel hierfür ist ein viel genutztes Gerät in den deutschen Küchen: die Mikrowelle. Auch wenn die modernen Modelle durch vielfältige Funktionen wie das Auftauen, Kochen, Grillen und Garen in der Lage sind, ganze Menüs zuzubereiten, kommen bei der Mehrheit der Nutzer weiterhin nur die gängigen Funktionen wie das Aufwärmen von Speisen zum Einsatz. Wird hierfür jedoch der falsche Knopf gewählt, ist der Käse vom Nudelauflauf zwar geschmolzen, alles andere aber immer noch kalt.

Ähnlich ist es bei vielen Neu- und Mietwagen, deren Motoren ebenfalls so lange kalt bleiben, bis ihre Nutzer den über Funk mit dem Autoschlüssel verbundenen Startknopf gefunden

Es gilt nicht mehr unbedingt, das Rad neu zu erfinden, sondern sich auf das Wesentliche zu konzentrieren.



Nur das Nötigste statt „Krieg der Knöpfe“: Sogenannte Seniorenhandys stellen mit großen Tasten und schlichter Telefonfunktion die Bedürfnisse der Nutzer in den Vordergrund.

haben. Viele, die bislang nur die Zündschlossvariante kennen, stellt dies zunächst vor ein Rätsel, das die Abfahrt verzögert. Ebenso zeitraubend kann der Ticketkauf am Fahrkartenautomaten werden. Allzu oft verirren sich Ungeübte im Dschungel aus verschiedenen Tarifzonen und der Auswahl des richtigen Tickets, das von Uhrzeit, Alter und Anzahl der Fahrgäste abhängig ist. Gerade außerhalb von Großstädten gibt es zu den Automaten, die ein teils hohes Navigationsverständnis per Touchscreen voraussetzen, jedoch keine Alternative zum Ticketerwerb. Die Folge sind genervte und verärgerte Fahrgäste. Alle diese Beispiele regen die Entwickler und Ingenieure immer mehr zum Nach- und Umdenken an.

Ein sich immer stärker durchsetzender Gegenentwurf zur Produkterweiterung sind die sogenannten frugalen Innovationen.

Um der weitverbreiteten Überforderung durch zu viel Technik in Alltagsgeräten entgegenzuwirken, werden bestehende, aber auch neue Produkte und Dienstleistungen radikal vereinfacht. Sie bieten lediglich das an, was der Nutzer unbedingt braucht. Die Idee der frugalen Innovationen stammt aus Schwellenländern wie Indien, China und Brasilien. Dort ist die Kaufkraft vergleichsweise gering, die Nachfrage nach hochwertigen Produkten dagegen umso höher. Neben den Funktionen, die auf das Nötigste beschränkt sind, ist die

Frugale Innovation

Der Begriff „frugal“ leitet sich vom lateinischen Wort *frugalis* (bieder, ordentlich, wirtschaftlich) sowie vom englischen/französischen *frugal* (mäßig, einfach, schlicht) ab. Eine frugale Innovation ist eine Idee, die mit dem weitverbreiteten Anspruch „immer mehr, immer besser“ bricht und eine vereinfachte, anwendungsorientierte und qualitativ hochwertige Lösung darstellt.

Quellen

http://wiki.iao.fraunhofer.de/index.php/Frugale_Innovationen
https://www.rdm.iao.fraunhofer.de/content/dam/iao/rdm/de/documents/ISPIM-FW-2_FacesOfFrugal.pdf
<https://www.finanzen.net/nachricht/aktien/roland-berger-studie-frugale-produkte-bieten-ein-enormes-marktpotenzial-erfordern-aber-ein-strategisches-herangehen-4348637>
http://cfi.global-innovation.net/wp-content/uploads/2017/09/Working_Paper_99.pdf
https://de.wikipedia.org/wiki/Frugale_Innovation

hervorragende Qualität ein weiteres Merkmal, das frugale Innovationen auszeichnet. Es werden exzellente Materialien verwendet. Teilweise wird das jeweilige Produkt auch durch eine Neuerung aufgewertet – vorausgesetzt, sie ist sinnvoll.

Nicht zuletzt aufgrund des Preis- und damit Wettbewerbsvorteils findet dieses Konzept auch in hiesigen Unternehmen immer größeren Anklang. Ein Beispiel sind Handys, die speziell für die ältere Generation entwickelt wurden. Statt Internetzugang und Kamera verfügen sie über größere Tasten und eine besonders gute Sprachqualität. Auch immer mehr Reiseanbieter machen sich dieses Prinzip der Einfachheit zunutze. Fluggesellschaften bieten zum Beispiel Flüge zu vergleichsweise günstigen Preisen an. Zusätzliches Gepäck und Verpflegung können gegen einen Aufpreis hinzugebucht werden. Darüber hinaus beginnen die großen Konzerne, bereits bestehende Produkte im Hinblick auf ihr Vereinfachungspotenzial zu überprüfen.

Es gilt nicht mehr unbedingt, das Rad neu zu erfinden, sondern sich auf das Wesentliche zu konzentrieren.

Der deutsche Technologieriese Siemens hat beispielsweise einen besonders kostengünstigen Magnetresonanztomografen, kurz MRT, für Schwellenländer entwickelt. Diese „MRT-Röhre“, in der krankhafte Organveränderungen festgestellt werden können, ist nur mit den nötigsten Funktionen ausgestattet. Heute wird das Gerät auch in den USA verkauft. Gründe dafür sind zum einen die geringen Budgets der Krankenhäuser und zum anderen der fehlende Bedarf an zusätzlichen Funktionen des Geräts.

Laut den Innovationsforschern der Hamburg University of Technology sind die zunehmende Bedeutung der Wachstumsmärkte in Schwellenländern, die Einkommensentwicklung hierzulande sowie das sich wandelnde Werteverständnis der Gesellschaft maßgeblich für diesen Trend verantwortlich. Neben einem sehr hohen Umweltbewusstsein und dem Anspruch auf Nachhaltigkeit führt insbesondere die jüngere Generation einen bescheideneren Lebensstil. Ein Sinneswandel, der die Macher in den Innovationsabteilungen zum Umdenken drängt. Heute sind Lösungen gefragt, die den Alltag tatsächlich erleichtern. Erfolg versprechend ist hierbei unter anderem die Entwicklung von Produkten, die weniger können – das aber perfekt.



Spätestens, wenn die köstlich duftende Suppe serviert wird, kann man nicht widerstehen und möchte sofort probieren. Die Gier wird meist postwendend bestraft: Die Zunge brennt, die Geschmacksknospen sind taub, die Lust aufs Essen ist vergangen. Doch dafür gibt es endlich eine Lösung.

Wer das ewige Warten (oder die schmerzvollen Konsequenzen bei zu großer Ungeduld) satt hat, sollte sich den auf Suppen spezialisierten Ventilator zulegen. An Essstäbchen befestigt, übernimmt er das Pusten nämlich ganz automatisch. Und wer hat's erfunden? Na klar, die Japaner!

Doch es geht auch noch ökologischer und damit sehr viel nachhaltiger, wenn von leicht windigen Erfindungen die Rede ist. Bestes Beispiel hierfür: die ressourcenschonende Zahnbürste, die sich vor allem in stürmischen Zeiten hervorragend eignen sollte. Hier wird voll und ganz auf die natürliche Windenergie gesetzt. Das von früher bekannte Windrädchen hat den Dreh raus und bringt den Bürstenkopf ordentlich zum Schwingen. Eine Erfindung, die insbesondere für die Norddeutschen interessant sein dürfte, da es im Norden ja nicht nur ziemlich oft windig, sondern häufig auch nass ist. So kann man gleichzeitig auch noch Wasser sparen. Da dürfte jedes Ökoherz höherschlagen.

Apropos: Nicht allzu warm ums Herz wird es wohl Tierliebhabern, wenn sie die Hauspuschen mit integrierter Fliegenklatsche entdecken. Mittels einer herausziehbaren Teleskopstange an der Schuhhacke ist man jederzeit bestens gewappnet, um sich des lästigen Brummers schnellstens zu entledigen. Vor allem, wenn er Gefahr läuft, in der ach so köstlich duftenden Suppe zu landen. Womit wir wieder bei dem vielleicht doch gar nicht so sinnlosen Suppenventilator wären. Bei ordentlichen Umdrehungen dürfte er mit der Kraft des Windes den ungebetenen Gast ja eventuell sogar zum Abheben beflügeln und so sein Leben retten. Und wir hätten gleich zwei Fliegen mit einer Klappe geschlagen. Einfach genial.

Glosse: Viel Wind um nichts

99

Weihnachts-
päckchen
für Kinder
in Not

36,2

Millionen
Euro
Bilanzgewinn

12.896

Schulungs-
stunden
für
Mitarbeiter

81 RUND
6.000
kontaktlose
Kreditkarten-
transaktionen

320.000

Mehr als
angenommene
Anrufe im
Kundenservice

Über

1,1

Millionen
Besucher
auf
unserer
Website

MM

Note 1

vom TÜV
Saarland
für unseren
Kunden-
service

7
2
9,
3
sportlich
zurückgelegte
Kilometer

77

neue
Mitarbeiter

High lights

Von ganzem Herzen

Mit einer Spende in Höhe von 15.000 Euro haben wir bereits im achten Jahr in Folge die Arbeit des gemeinnützigen Vereins „Herzenswünsche“ unterstützt, der sich unter anderem für schwer kranke Kinder im Altonaer Kinderkrankenhaus einsetzt. Neben einer Musiktherapie für Frühgeborene wurde mit dem Geld der Hanseatic Bank ein Autotransfusionsgerät finanziert.

Neues Premiumprodukt

Gemeinsam mit unserem langjährigen Kooperationspartner PaySol haben wir im Februar 2017 eine Goldversion unserer Deutschland-Kreditkarte herausgegeben und setzen damit unsere erfolgreiche Zusammenarbeit fort.

Die Deutschland-Kreditkarte Gold verfügt über ein umfassendes Versicherungspaket und bietet unseren Kunden einen noch höheren Schutz für Reisen ins Ausland. Zusätzliche Features verbessern außerdem das Einkaufserlebnis.

Bestnote für unsere GoldCard

In der Aprilausgabe 2017 der „Euro am Sonntag“ wurde unsere GoldCard im Rahmen eines groß angelegten Kreditkartentests zum Sieger gekürt.

In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Kundeninstitut (DKI) hat die Wirtschafts- und Finanzzeitung insgesamt 21 Gold-Kreditkarten unter die Lupe genommen. Unser hauseigenes Produkt überzeugte vor allem mit guten Konditionen und herausragendem Kundenservice und wurde in der Gesamtbewertung mit einem „Sehr gut“ ausgezeichnet.

Fit für die Firma

Nach einem Jahr Pause trat unser 16-köpfiges Team im Rahmen des Hamburger Hafencups im Mai 2017 wieder beim Drachenbootrennen an. Auch wenn sie keinen Sieg einfahren konnten, waren alle Paddler mit großer Begeisterung dabei. Sportlich ging es ebenfalls im Juli zu, als Kollegen beim ITU World Triathlon in gleich drei Disziplinen überzeugten. Sie schwammen, radelten und liefen zu Hochformen auf. Besonders rund lief es auch einen Monat später für fünf Kollegen der Hanseatic Bank, die bei den Cycloclassics erschöpft, aber glücklich mit ihren Rädern durchs Ziel fuhren.

Ende August 2017 waren besonders die flinken Füße unserer 55 Läufer beim Mopo-Teamstaffellauf im Hamburger Stadtpark gefragt. Neben den ganz persönlichen Siegen wurde anschließend auf die 10 Jahre angestoßen, die die Hanseatic Bank mittlerweile fester Bestandteil dieses Hamburger Sportevents ist.

Von der Idee bis zum Prototyp

Das jüngste und zugleich innovativste Projekt der Hanseatic Bank wurde im April 2017 zum Leben erweckt. Im sogenannten Solution Lab entwickeln bis zu sieben Kollegen aus verschiedenen Abteilungen abseits ihres gewohnten Arbeitsumfeldes und -alltags kreative Ideen, die uns gleich mehrfach nach vorne bringen.

Innerhalb von vier Wochen entstehen auf der Co-Working-Fläche im Mindspace in der Hamburger Innenstadt innovative Ideen, die bis zum funktionierenden Prototyp realisiert werden.

Gut versichert auf Reisen

Mit flexiblen und individuell auswählbaren Versicherungspaketen erfüllen wir seit April 2017 unseren Anspruch, den Kunden noch passgenauere Produkte anzubieten. Inhaber der hauseigenen Kreditkarte GenialCard sowie der von Kooperationspartnern haben die Möglichkeit, unterschiedliche Zusatzversicherungen rund um das Reisen kostengünstig bei der Hanseatic Bank abzuschließen. Ein erweitertes Reiseversicherungsprodukt ist in Planung.

2017

Neu im Netz

Im Rahmen der neuen Marken- und Kommunikationsstrategie wurde im September auch unsere Website komplett neu gestaltet. Dank der übersichtlichen Menüführung und des klaren Aufbaus können sich Kunden und Interessenten jetzt noch einfacher um ihre Bankgeschäfte kümmern oder sich zu bestimmten Produkten und Themen informieren. Durch das Responsive Design, auf dem die Website basiert, passt sich die Gestaltung automatisch an das Gerät an, von dem aus die Seite aufgerufen wird.

Kreditkartenwechsel leicht gemacht

Durch den in Kooperation mit dem Start-up fino entwickelten „Kreditkarten-Hinterlegungsservice“ erleichtern wir seit Januar 2017 allen Inhabern unserer Kreditkarten, diese als generelles Zahlungsmittel beim Onlineshopping einzusetzen.

Der exklusive Service ermöglicht es unseren Kunden, ihre neuen Kreditkartendaten in allen favorisierten Onlineshops mit wenigen Klicks und Eingaben zu hinterlegen. Das spart nicht nur Zeit und Nerven, sondern verschlankt den Einkaufsprozess enorm.

Gute Gründe zum Feiern

Entgegen dem aktuellen Trend, Filialen zusammenzulegen oder zu schließen, haben wir uns klar für die lokale Präsenz und Nähe zu unseren Kunden entschieden. So wurde auch im Jahr 2017 wieder in die Modernisierung unserer Standorte investiert. Sowohl unsere Berliner Filiale als auch unsere Finanzberatung in Köln freuten sich über eine starke Resonanz nach ihren Wiedereröffnungen. Für beide Standorte gab es außerdem noch einen weiteren Grund, die Korken knallen zu lassen: In Köln wurde das 25-jährige und in Berlin sogar das 40-jährige Jubiläum gefeiert.

Kleine Kinder, große Freude

Unter dem Motto „Mit kleinen Dingen Großes bewirken“ riefen unsere Auszubildenden auch 2017 wieder alle Kollegen der Hanseatic Bank dazu auf, Weihnachtspäckchen für Kinder in Not zu packen. Mithilfe von zuvor ausgefüllten Wunschzetteln konnten dieses Mal auch ganz konkrete Wünsche erfüllt werden. Durch einen zusätzlich von unseren Azubis durchgeführten Waffelverkauf konnten mit dem Erlös von 253 Euro weitere Schuhkartons gefüllt werden. Insgesamt kamen bei der konzernweiten Aktion der Otto Group über 1.000 Päckchen zusammen – stolze 99 davon hat die Hanseatic Bank beigesteuert.

Innovativ, informativ, ideenreich

Auch 2017 nahmen wir wieder am Bankathon teil – einem Ideenwettbewerb, bei dem Entwickler aus aller Welt technische Innovationen konzipieren. Dieses Mal fand das Event in Berlin statt. Herausgekommen sind zwei Erfolg versprechende Apps rund um das einfache Bezahlen beim Shoppen und die Finanzierung über einen privaten Mikrokredit.

Ein „Sehr gut“ vom TÜV

Bereits zum sechsten Mal in Folge wurden wir vom TÜV Saarland für unsere hohe Qualität im Kundenservice ausgezeichnet – dieses Mal mit einem „Sehr gut“. Unsere Kunden bewerteten uns im Rahmen einer repräsentativen Umfrage mit Bestnoten für Sympathie, Freundlichkeit, Erreichbarkeit und fachliche Kompetenz.

Die Bank in der Hosentasche

Im Dezember 2017 haben wir unsere Hanseatic Bank App auf den Markt gebracht, die mittlerweile in Kooperation mit Visa weiter ausgebaut wurde.

Mit der intuitiven Banking App haben unsere Kreditkartenkunden ihre Finanzen immer voll im Blick. Neben der Höhe des persönlichen Verfügungsrahmens wird ihnen angezeigt, wann und in welcher Höhe die nächste Rate fällig ist. Zusätzlich bietet sie unseren Kunden die Möglichkeit, ihre Karte selbst zu sperren oder zu entsperren.



3 — Aufs Wesentliche konzentrieren

Der neue Markenauftritt



Was Kunden wollen

Die Gunst der Kunden für sich zu gewinnen wird in Zeiten zunehmender Informationsflut auf allen Medienkanälen eine immer größere Herausforderung.

An 365 Tagen im Jahr buhlen Unternehmen rund um die Uhr um die Aufmerksamkeit von Verbrauchern und potenziellen Kunden.

Wer in dem Meer von Marken von seiner Zielgruppe gefunden, gesehen und gehört werden will, muss für eine klare Sicht sorgen. Und das möglichst einfach, überall und jederzeit.

Ob am Frühstückstisch, beim Einkaufen oder an der Bushaltestelle – dank modernster Technologien sind die Menschen heutzutage nahezu pausenlos online und damit permanent erreichbar.

Nicht nur für Verwandte, Bekannte und Arbeitskollegen, sondern auch für Anbieter von Produkten und Dienstleistungen aller Art.

Was auf der einen Seite ein enormes Erfolgspotenzial in sich birgt, fordert die Unternehmen auf der anderen Seite stark heraus.

Zufriedenheit und damit zu Loyalität führen? Eine solche Erhebung ist vergleichsweise einfach durchzuführen und zugleich sehr aufschlussreich.

Ebenso bedeutungsvoll wie die Kundenstimmen sind auch die Meinungen der Mitarbeiter, wenn es um die Erarbeitung einer zukunftsfähigen Marke geht. So ist es nicht überraschend, dass immer mehr Unternehmen mit bisherigen Strategien und Strukturen brechen und Neues etablieren, wie etwa ein betriebliches Ideenmanagement. Mitarbeiter aus allen Bereichen werden aktiv in interne Prozesse von der Optimierung bestehender Produkte bis hin zur Entwicklung von Innovationen eingebunden. Hierfür stehen vielfältige Ansätze und Methoden zur Verfügung, wie unter anderem das Design Thinking, der interne Austausch über virtuelle Plattformen sowie Ideenworkshops und -wettbewerbe.

Mit den gesammelten Daten, Erfahrungen und Ideen von Kunden und Mitarbeitern werden gemeinsam einfache und nutzerzentrierte Lösungen entwickelt.

Ein Anspruch, den auch die Hanseatic Bank seit Jahren konsequent verfolgt. Die Privatbank arbeitet täglich daran, mit ihren Angeboten den Kunden eine größtmögliche finanzielle Freiheit zu bieten. Einen Schwerpunkt bildet dabei das Kreditgeschäft, das mit seinen Kernprodukten Kreditkarte und EigentümerDarlehen für Kunden wie Berater einfach und übersichtlich gestaltet ist. Darüber hinaus überzeugt die Hanseatic Bank mit einer unkomplizierten Umsetzung, die sich durch transparente Lösungen und schnelle Entscheidungen auszeichnet. Paradebeispiel hierfür ist das selbst

entwickelte Tool SoFie, kurz für Sofortfinanzierungsentscheidung. Es liefert Online-Antragstellern unmittelbar nach dem Absenden einer Kreditanfrage eine erste Entscheidung.

Im Rahmen ihres Kerngeschäfts und ihrer Services hat sich die Hanseatic Bank in den letzten Jahren verstärkt auf die Entwicklung von Innovationen konzentriert. Durch die Teilnahme an Bankathons und die Gründung eines eigenen Solution Lab wurden neue Services und Produkte wie etwa die Hanseatic Bank App entwickelt. Der Fokus aller Aktionen liegt stets darauf, die Bankgeschäfte für die Kunden einfacher zu machen. Vor diesem Hintergrund hat das Hamburger Finanzinstitut im Rahmen eines aufwendigen Prozesses seit Anfang 2016 seine gesamte Kommunikations- und Markenstrategie überarbeitet.

Ziele der Neuausrichtung der Hanseatic Bank als Marke sind, das Bankgeschäft für Kunden zu vereinfachen und damit das Kundenerlebnis auf ganzer Linie langfristig zu verbessern.

Um der Hanseatic Bank einen eigenen Charakter zu verleihen und damit vor allem ihre Außenwirkung klar herauszuarbeiten, wurde zunächst ermittelt, wofür das Unternehmen wirklich steht. Kundenumfragen entlang aller Kontaktpunkte haben ergeben, dass sich die Hanseatic Bank vor allem durch ihr Wissen und ihren Service auszeichnet und gegenüber ihren Wettbewerbern in diesen Punkten die Nase vorn hat. Um dies auch weiterhin zu gewährleisten, rückt die Hanseatic Bank die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden künftig noch mehr in den Fokus.

Um sich in den Köpfen seiner Zielgruppe zu verankern, muss die Markenbotschaft klar kommuniziert werden.

Diese Erkenntnis ist weder neu noch schwer verständlich. Doch was an sich simpel klingt, ist in der Umsetzung oft nicht so leicht. Wie zahlreiche Studien belegen, liegt die Kunst im Weglassen von überflüssigen Informationen. Um die Kernaussage des Angebots klar und nachvollziehbar formulieren zu können, müssen relevante von überflüssigen Services und Produktfunktionen getrennt werden. Ein Prozess, der vor allem den Vorständen und Marketingverantwortlichen nicht immer leichtfällt. Durch ihre Nähe zum Produkt entsteht nicht selten eine Detailverliebtheit, durch die der Blick für das Wesentliche verloren geht. Deshalb sind Unternehmen gut beraten, sich für die Entwicklung ihrer Markenstrategie zusätzlich die Expertise unabhängiger Dritter ins Haus zu holen.

Neben dem Know-how von Marktforschungsexperten und speziell ausgebildetem Fachpersonal empfiehlt es sich, auch die Erfahrungen der vielleicht wichtigsten Personen-

gruppe hinzuzuziehen: die der Kunden. Konkrete Fragen, wie beispielsweise das Produkt und die Marke bisher wahrgenommen wurden, liefern wertvolle Erkenntnisse. Auf dieser Basis lassen sich am besten der aktuelle Bekanntheitsgrad und die Positionierung im Wettbewerbsumfeld bestimmen. Heraus kommen handfeste und ungeschönte Ergebnisse, die richtungsweisend für eine Neudefinition der Marke sein sollten.

Wer die Kunden von Anfang an in den Mittelpunkt stellt, bildet ein solides Fundament, das langfristig auf- und ausgebaut werden kann.

So ist es bereits bei der Ausarbeitung und Formulierung der zentralen Markenbotschaft ratsam, die bestehenden Kunden in den Prozess einzubeziehen. Besonders wertvolle Erkenntnisse gewinnen Unternehmen, indem sie ihre Kunden fragen, ob sie mit den aktuellen Angeboten zufrieden sind. Würden die Kunden zum Beispiel die Leistung weiterempfehlen oder gibt es konkrete Verbesserungsvorschläge, die zu noch mehr

Austausch auf Augenhöhe

Design Thinking

Ein Ansatz, der auf der Annahme basiert, Probleme besser lösen zu können, wenn Menschen unterschiedlicher Disziplinen zusammenarbeiten, gemeinsam eine Fragestellung entwickeln, die Bedürfnisse und Motivationen von Menschen berücksichtigen und daraufhin Konzepte erarbeiten, die mehrfach geprüft werden. Diese Methode orientiert sich an der Arbeit von Designern, die sich als eine Kombination aus Verstehen, Beobachtung, Ideenfindung, Verfeinerung, Ausführung und Lernen definiert.

Solution Lab

Vierwöchige Miniprojekte, die von Hanseatic-Bank-Mitarbeitern verschiedener Abteilungen abseits des regulären Arbeitsplatzes umgesetzt werden. Dabei werden Prototypen für neue Services und Produkte entwickelt und idealerweise anschließend ins Portfolio aufgenommen.

Bankathon

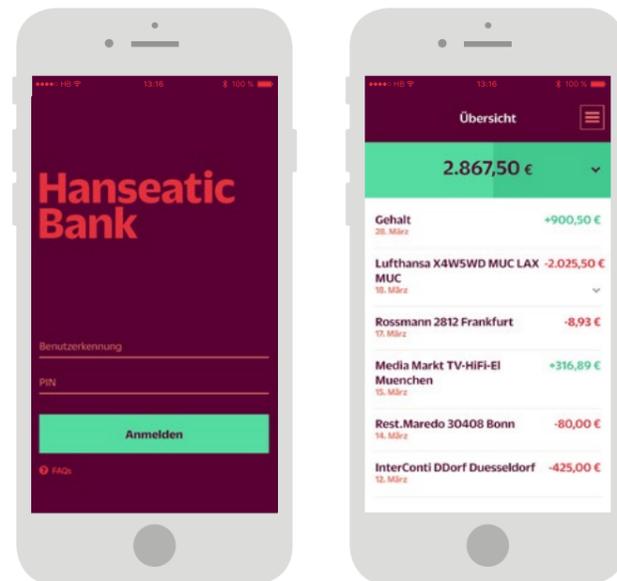
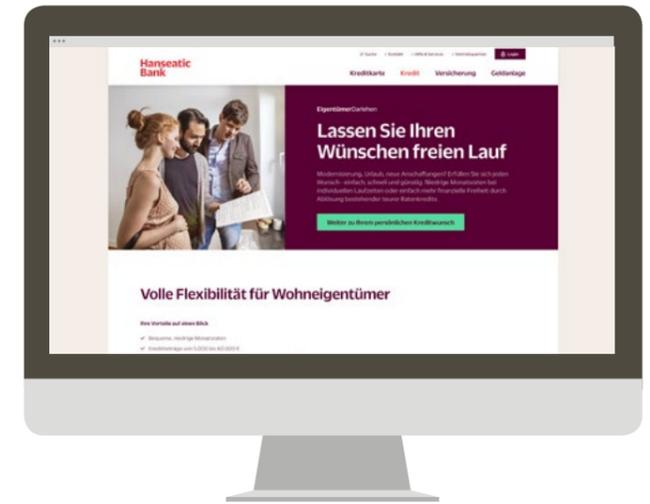
Innovationswettbewerb der Finanzbranche, bei dem insbesondere von IT-Entwicklern innovative Service- und Produktideen zu einem konkreten Thema in einem vorgegebenen Zeitraum erarbeitet werden.

Der Austausch auf Augenhöhe spielt dabei eine ebenso große Rolle wie die bedürfnisorientierte Produktentwicklung. So sind die leicht verständliche und transparente Beratung sowie fachkompetente und individuelle Empfehlungen im Kundenservice für die Privatbank selbstverständlich. Darüber hinaus versteht sich die Hanseatic Bank als aktiver Problemlöser, wenn es einmal nicht so rund läuft. Sie bietet Kunden im Fall von vorübergehenden Zahlungsschwierigkeiten beispielsweise eine Stundung an.

Um ihre Kunden noch stärker in die Weiterentwicklung des Portfolios einzubeziehen, wird die Hanseatic Bank verschiedene Online-Angebote für einen regen Dialog nutzen.

Eines der Hauptanliegen der Privatbank ist es, Produkte und Services so zu optimieren und neu zu entwickeln, wie die Kunden sie auch wirklich brauchen. Deshalb stehen die Meinungen, Erfahrungen und Wünsche der Kunden auch im Mittelpunkt aller Kommunikationsmaßnahmen. Zukünftig möchte das Unternehmen seine Social-Media-Aktivitäten verstärken und einen Blog zu unterschiedlichsten Themen starten. Das zentrale Kommunikationsmittel bildet dabei die Website. Mit ihren Kernmerkmalen wie der intuitiven Menüführung und übersichtlichen Gestaltung in emotional ansprechenden Farben spiegelt der Auftritt im Internet das neue Markenbild der Hanseatic Bank optimal wider – gemäß dem Motto: Einfach machen macht einfach stark.

Die neu gestaltete Website der Hanseatic Bank basiert auf dem für jedes Endgerät geeigneten Responsive Design. Als zentraler Kontaktpunkt bietet sie Kunden und Interessenten eine verbesserte Funktionalität durch eine intuitive und übersichtliche Menüführung.



Quelle
<https://www.moderne-unternehmenskommunikation.de/digital-communications/digital-marketing/simple-branding-markenkommunikation-einfach/>

Die Hanseatic Bank App liefert Kunden schnell und unkompliziert Informationen rund um den Verfügungsrahmen ihrer Kreditkarte und ermöglicht es, die Karte selbst zu sperren und zu entsperren.

Gemäß dem Motto: Einfach machen macht einfach stark.

- Logo
- + Typografie
- + Farbe
- + Ikonografie
- + Fotografie
- + Layout

= **Hanseatic Bank**

Ob in der Filiale, online oder per Post – ein klarer, einheitlicher Markenauftritt bei jedem Kundenkontakt ist für die positive Wahrnehmung und den Wiedererkennungswert von großer Bedeutung. Bei der Entwicklung des modernen Designs hatte die Hanseatic Bank die Bedürfnisse ihrer Kunden, auch in puncto technischer Anforderungen, immer im Blick. Eine konsequent gestaltete Marke wirkt sich gleichzeitig auch auf die Mitarbeiteridentifikation und -motivation positiv aus und macht das Unternehmen zudem attraktiver für neue qualifizierte Arbeitskräfte.



Freunde bringen. Freude haben.

25€
Prämie für Sie

Empfehlen Sie uns weiter, wir danken es Ihnen.

Hanseatic Bank

Hanseatic Bank GmbH & Co. KG, Bramfelder Chaussee 101, 22177 Hamburg

Kreditkarte mit Top-Reiseschutz

- Weltweit gebührenfrei Geld abheben
- 0 € Jahresgebühr im 1. Jahr

Hanseatic Bank Mehr erfahren

GenialCard

Einfach genial.

GenialCard – Ihre Visa Kreditkarte.

Hanseatic Bank

SparBriefDynamik

Jetzt bis zu **1,8%** p.a.

Unsere Zinsen steigen.

0,2 % p.a.	0,4 % p.a.	0,6 % p.a.	0,8 % p.a.	1,2 % p.a.	1,8 % p.a.
1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr	5. Jahr	6. Jahr

Hanseatic Bank

Konditionen sind freibleibend. Angebotsstand 4. Oktober 2017
Hanseatic Bank GmbH & Co. KG, Bramfelder Chaussee 101, 22177 Hamburg

GoldCard

Mit Premium Reiseversicherungspaket

Eine Karte für jede Reise.

GoldCard. Die Kreditkarte für Vielreisende.

Hanseatic Bank

Hanseatic Bank GmbH & Co. KG, Bramfelder Chaussee 101, 22177 Hamburg



4 — Klarheit schaffen

Interview mit dem
Simplicity-Coach
Dr. Michael Hartschen



Im Prinzip einfach

Fotos werden auf dem Display angesehen, Bücher auf dem Tablet gelesen und Einkäufe werden nicht bar, sondern virtuell bezahlt.

Seit vielen Jahren entmaterialisiert die Digitalisierung immer mehr Alltagsgegenstände und -bereiche, die das Leben vereinfachen sollen. Doch was simpel klingt, ist oft hochkomplex und noch viel öfter höchst kompliziert.

Ein Beleg dafür, dass Simplicity – also die Entwicklung und das Angebot sogenannter einfacher Produkte und Dienstleistungen – harte Arbeit ist.

Arbeit, die sich jedoch in vielerlei Hinsicht auszahlt. Laut aktuellen Studien birgt die Einfachheit für Unternehmen ein enormes Wachstumspotenzial und ist damit ein entscheidender Erfolgsfaktor.

Nicht umsonst steht der deutsche Discounter Aldi bereits zum vierten Mal in Folge auf Platz 1 des jüngsten Global Brand Simplicity Index, einer vom US-amerikanischen Markenberatungsunternehmen Siegel+Gale jährlich erhobene Online-Umfrage unter 14.000 Konsumenten in neun Ländern. Demnach lieben es Kunden simpel:

64%

aller Einkäufer sind sogar bereit, für einfachere Konsumerlebnisse mehr zu bezahlen.

Wie Unternehmen die sogenannte Customer Experience vereinfachen können, macht Aldi perfekt vor: Statt eines riesigen Produktangebots, kombiniert mit vielfältigen Rabattaktionen oder Bonusprogrammen, überzeugt der Discounter mit einem übersichtlichen Sortiment und einer klaren Preispolitik. Darüber hinaus bietet der stets gleichbleibende Ladenaufbau eine optimale Orientierung und macht damit das Einkaufserlebnis stressfrei und effizient. Die Marke Aldi erfüllt also die klassischen Kundenanforderungen von heute, nämlich den Wunsch nach Transparenz, Nachvollziehbarkeit und Zeitersparnis.

Eigenschaften, die auch alle anderen Topplatzierten des Global Brand Simplicity Index 2017, wie unter anderem Lidl, Google, Ikea, Amazon und McDonald's, charakterisieren. Erfolg versprechende Merkmale, die sich sogar in harter Währung nachweisen lassen. So entwickeln sich die Aktienkurse der im Index hoch bewerteten Unternehmen in der Regel deutlich besser als der Markt. Hieraus zog Siegel+Gale bereits nach Auswertung der ersten Studienergebnisse von vor acht Jahren den Schluss:

Unternehmen, die es nicht schaffen, ihre Produkte, Service- oder Dienstleistungen für den Kunden zu vereinfachen, verschenken Milliarden.

Dass einfach aber nicht immer einfach ist, zeigt sich vor allem bei komplexen Produkten und Dienstleistungen wie beispielsweise im Finanz- und Versicherungswesen. Undurchsichtige Tarife, versteckte Kosten, starre Kündigungsfristen oder unzureichende Kontaktmöglichkeiten sowie seitensweise Kleingedrucktes verwirren die Kunden und schrecken sie häufig ab. Oftmals scheitern Vereinfachungsprozesse an fixen Rahmenbedingungen oder Reglementierungen. Doch

genau hierin liegt auf der anderen Seite ein nicht zu unterschätzendes Potenzial, so die einstimmige Meinung sogenannter Simplicity-Experten. Ziel muss es sein, die Komplexität des Produkts zu entflechten, bevor diese von den Kunden wahrgenommen wird.

Eine große Herausforderung, da die Vorgaben und Reglementierungen seitens der Politik stetig zunehmen. Schaffen es Banken und Versicherungen jedoch, sie für die Kunden so umzusetzen, dass sie als einfach empfunden werden, zahlt sich dies nachweislich aus. Finanzinstitute, die bereits heute die sogenannte Customer Journey über alle Stationen klar, transparent, nachvollziehbar und einfach gestalten, konnten trotz des scheinbar schwierigen Portfolios Marktanteile in ihrem Bereich erobern. Dies verlangt den Unternehmen die hohe Bereitschaft dazu ab, intern umzudenken und gewohnte Prozesse an innovative Strukturen anzupassen. Im Klartext heißt das für Banken und Versicherungen, den Mut aufzubringen, neue Wege zu gehen.

Denn nur wer das Gelernte und Gewohnte kritisch hinterfragt und damit einhergehend bereit für Veränderung ist, hat gute Aussichten auf wirtschaftlichen Erfolg.

Paradebeispiele für vorbildlich umgesetzte Einfachheit sind die US-amerikanischen Technologiekonzerne Google und Apple. Trotz höchst komplizierter Algorithmen und Techniken sind die Suchmaschine und die Produkte des Elektronikgiganten denkbar einfach und intuitiv zu bedienen. Häufig gilt auch hier das Motto: „Weniger ist mehr“. Anstatt immer neue Funktionen hinzuzufügen, muss der Fokus auf dem Wesentlichen, nämlich dem Kundenbedürfnis, liegen. Und das entlang des gesamten Nutzungserlebnisses.

Eine Methode, um dies zu erreichen, stammt aus der Feder des Schweizer Simplicity-Coaches Dr. Michael Hartschen. Er hat fünf Prinzipien entwickelt, die als Kernelemente für mehr Einfachheit gelten:

- 1. Restrukturieren**
- 2. Weglassen**
- 3. Ergänzen**
- 4. Ersetzen**
- 5. Wahrnehmen**

Anhand von verschiedenen Strategien und im Rahmen von Workshops, Trainings und Vorträgen lernen Unternehmen, was sie konkret tun können, um ihre Prozesse, Produkte oder Geschäftsmodelle wirkungsvoll zu vereinfachen. So können die Kundenzufriedenheit und damit die Kundentreue sowie schlussendlich die Umsätze nachhaltig gesteigert werden. Schließlich würde laut des jüngsten Global Brand Simplicity Index weit mehr als die Hälfte aller Kunden eine Marke empfehlen, weil sie einfacher ist. Unternehmen in aller Welt sind also gut beraten, den Simplicity-Ansatz konsequent umzusetzen und damit nicht nur ihren Kunden, sondern auch sich selbst das Leben zu vereinfachen. Frei nach dem Motto von Heinrich Tessenow, einem der wohl wichtigsten Vertreter der deutschen Reformarchitektur: Das Einfache ist nicht immer das Beste. Aber das Beste ist immer einfach.

**Um Einfachheit umzusetzen,
müssen Gewohnheiten kritisch
hinterfragt werden.**



Prozesse:
**Wo passieren viele
Fehler in unseren
Prozessen?**

Produkte:
**Welche Produkte
sind kompliziert?**

Kunde:
**Wo reklamieren
Kunden oft?**

Entscheidung:
**Wie kommen
Entscheidungen
zustande?**

Dr. Michael Hartschen, Simplicity-Coach sowie Gründer und Geschäftsführer der Brain Connection GmbH, mit über 15 Jahren Erfahrung im Themenumfeld von Innovationen, Technologie, Produktentwicklung und Business Development.

In Ihrem Maschinenbaustudium mit dem Schwerpunkt Technologiemanagement sind Ihnen viele komplexe Prozesse und Produkte begegnet. Hat das Ihre Begeisterung für mehr Einfachheit im Dienstleistungs- und Produktionsgewerbe geweckt?

Ja, das kann man so sagen. Es sind vor allem drei Punkte, die rückblickend dabei schon immer eine tragende Rolle für mich gespielt haben: Neugier – was funktioniert gut, was nicht? Nutzerorientierung – wen betrifft es und was ist der Mehrwert? Und Lösungsorientierung – wie kann ich helfen?

Und zwar genau in dieser Reihenfolge. Ein strukturiertes Denken und das Vernetzen der unterschiedlichen unternehmerischen Perspektiven haben wesentlich dazu beigetragen, die Denkstruktur zu entwickeln. Heute lassen sich Produkte oder Dienstleistungen und deren Herstellung gar nicht mehr so klar trennen, wenn man sie einfach halten will. Sie müssen gemeinsam entwickelt und betrachtet werden. Stellt man dann den Mehrwert für den Kunden oder das Unternehmen ins Zentrum, erzielt man sehr gute Ergebnisse.

Wir haben festgestellt, dass einfache Lösungen insgesamt auf höhere Akzeptanz treffen – in der Wirtschaft und in der Gesellschaft. So wird Einfachheit immer mehr zu einem zentralen Wettbewerbs- und Erfolgsfaktor. Und hier kommt wieder die Neugier ins Spiel: Was benötigt man, um dies systematischer und gezielter realisieren zu können? Wie können andere das lernen?

Heute beraten und begleiten Sie als Simplicity-Coach Unternehmen unterschiedlichster Branchen auf dem Weg zu mehr Einfachheit. Wie gehen Sie dabei vor?

Zunächst einmal differenzieren wir unsere Rolle klar in Bezug auf den jeweiligen Auftrag. Als Coaches sind wir Sparringspartner, unsere Kunden erkennen selbst ihren Weg und ihre Lösungen. Als Berater und Trainer erarbeiten wir diese in enger Zusammenarbeit mit unserem Auftraggeber und dem Team, häufig in Form von Workshops und konkreten Umsetzungsaktivitäten.

Dr. Michael Hartschen vernetzt stets die unterschiedlichen Sichtweisen von Marketing, Verkauf, Entwicklung, Leistungserstellung und Management zu einem Ganzen.



Interview mit Dr. Michael Hartschen, Simplicity-Coach

Zu Beginn steht immer die Aufgabenklärung: Was ist die Motivation für mehr Einfachheit? Gibt es schon ein Zielbild, und wenn ja, wie sieht es aus? Für wen und weshalb soll was vereinfacht werden? Hinzu kommen die Aktivierung und die Befähigung der internen Ressourcen. Das ist vor allem für die spätere Umsetzung und kontinuierliche Weiterentwicklung sehr wichtig. Wir definieren gemeinsam die Schlüsselthemenfelder, die Chancen und dann die Vorgehensweise. All diese Punkte werden daraufhin anhand von Analysen, Lösungsentwicklungen, Workshops, Prototypen oder Mustern inhaltlich bearbeitet und schließlich umgesetzt. Die von uns entwickelten fünf Prinzipien der Einfachheit kommen primär bei der Lösungsfindung zum Einsatz: Wie kann eine einfache Lösung entwickelt werden?

Wichtig ist zu wissen, dass die Vereinfachungsthemen häufig strategisch und in Kombination mit vielen weiteren Themen bearbeitet werden. Gerade in Innovationsprojekten ist der Aspekt ‚einfach‘ nur ein Teil innerhalb des Prozesses und dessen Umsetzung.

Um aus Kundensicht einfache Produkte und Prozesse anbieten zu können, muss man die jeweiligen Bedürfnisse gut kennen. Inwieweit sind hierfür die Erkenntnisse aus dem Neuromarketing nützlich?

Sie sind sehr wichtig. Mit dem Grundverständnis der Methoden aus der Neuroökonomie sowie dem Transfer ins Marketing und in die Innovation findet ein Perspektivenwechsel statt. Es gibt ganz neue Erkenntnisse. So belegen Studien beispielsweise, dass Kunden und Nutzer nicht zwingend klare Vorstellungen von zukünftigen Anforderungen an Produkte haben. Innovationen wie das einfach zu bedienende iPhone oder die Kapselkaffeemaschine von Nespresso basieren zum Beispiel nicht auf Kundenwünschen, die durch traditionelle Marktforschung ermittelt wurden. Gleiches gilt für Dyson, Airbnb, den Personal Computer oder ganz früher das Automobil.

Will man die klassischen Fragen wie ‚Wie möchten Sie Ihre Bankgeschäfte in drei Jahren tätigen?‘ mit einfachen und nutzerzentrierten Lösungen beantworten, braucht man die Neuroökonomie. Es geht dabei vor allem darum, zu verstehen, wie Entscheidungen getroffen werden – bewusst und unbewusst. Eine Methode ist es zum Beispiel, herauszufinden, wo es gegebenenfalls Schnittstellen zur Nutzerebene gibt oder ob bereits ähnliche Lösungen in einem anderen Zusammenhang existieren, die übertragbar sind. Schafft man dies, entstehen so im Sinne der Nutzung einfache Produkte wie unter anderem das Antiblockiersystem. Ein höchst kompliziertes System, das sich jedoch intuitiv bedienen lässt. Ich behaupte mal, weder versteht jeder Autofahrer wirklich die dem System zugrunde liegende Technik, noch ist das genaue Studieren einer Anleitung vor der Benutzung nötig.

Goethe hat einmal gesagt: „Entschuldige die Länge des Briefes, ich hatte keine Zeit, mich kurz zu fassen.“ Was heißt das für Sie im Hinblick auf die in unserem Berufs- und Privatleben zunehmend vertretene Philosophie der Einfachheit?

Wir sind perfekt in der Produktion von Gedanken, Informationen und Daten. Doch machen wir dies nicht immer mit Bedacht. Was hat wirklich eine Relevanz? Worauf kommt es an? Wir nehmen uns zu wenig Zeit, dies herauszuarbeiten und klarzumachen. Wir überlassen das unserem Gegenüber. Damit machen wir es nicht nur ihm unnötig schwer. Auch Unternehmen verschicken viel Geld, wenn sie ihre Produkte und Prozesse nicht vereinfachen, also Kunden den Zugang und damit die Nutzung nicht erleichtern.

Das Geschäfts- jahr 2017

Lagebericht, Bilanz, Gewinn- und Verlust- rechnung, Anhang

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2017

Geschäftsmodell

Die Hanseatic Bank bietet als Privatbank Konsumentenkredite (Kreditkarten und Privatkredite) und Verbraucherdarlehen (Immobilien- und allgemeine Verbraucherdarlehen) sowie Anlage- und Versicherungsprodukte über verschiedene Vertriebskanäle an. Ebenso erfolgt der Forderungserwerb von Warenforderungen im Rahmen eines echten, stillen Factorings. Hauptsitz der Hanseatic Bank ist Hamburg. Deutschlandweit hat die Hanseatic Bank zehn Zweigniederlassungen.

Das Kreditgeschäft bildet den Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit der Bank. Es werden Verbraucherdarlehen an Immobilieneigentümer sowie Konsumentenkredite mittels Kreditkarten vergeben. Unterschiedliche Versicherungsprodukte werden insbesondere ergänzend zur Kreditabsicherung vermittelt. Darüber hinaus betreibt die Hanseatic Bank unverändert den Forderungserwerb von Warenforderungen mit den Distanzhändlern Otto (GmbH & Co KG) und Schwab Versand GmbH im Rahmen eines echten, stillen Factorings. Die Refinanzierung des Kreditgeschäfts erfolgt im Wesentlichen über Kundeneinlagen. Das Leistungsspektrum umfasst dabei verschiedene kurz- und langfristige Sparformen.

Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Die Hanseatic Bank ist als Tochterunternehmen mit 75 % über die SG Financial Services Holding S.A.S. 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 zur Business Unit Europe. 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 konjunkturelle Lage in Deutschland war im Jahr 2017 gekennzeichnet durch ein kräftiges Wirtschaftswachstum. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) war im Jahr 2017 um 2,2 % höher als im Vorjahr. Die deutsche Wirtschaft

ist damit das achte Jahr in Folge gewachsen. Im Vergleich zu den Vorjahren konnte das Tempo nochmals erhöht werden. Im Jahr 2016 war das BIP bereits deutlich um 1,9 % und 2015 um 1,7 % gestiegen. Die deutsche Wirtschaft befindet sich in einem starken Aufschwung. Angetrieben durch eine lebhaftere Nachfrage aus dem Ausland wächst die Industrie dynamisch, und die kräftige Belebung der gewerblichen Investitionen setzt sich fort. Der private Konsum und die Wohnungsbauinvestitionen profitieren weiterhin von der hervorragenden Lage am Arbeitsmarkt. Dieser breit angelegte, kräftige Aufschwung wird zunehmend reifer, das Expansionstempo dürfte daher mittelfristig nachgeben. Vor allem begrenzen die stark ausgelasteten Kapazitäten und insbesondere das knappe Arbeitsangebot die weiteren Wachstumsmöglichkeiten. In diesem Szenario könnte die deutsche Wirtschaft im Jahr 2018 stark um 2,5 % wachsen und in den Jahren 2019 sowie 2020 mit niedrigeren Raten von 1,7 % beziehungsweise 1,5 % zulegen.

Die lebhaftere Expansion der deutschen Wirtschaft verbesserte die bereits sehr gute Lage am Arbeitsmarkt nochmals. Die Beschäftigung erhöhte sich kräftig, die Arbeitslosigkeit verringerte sich von ihrem niedrigen Stand aus weiter, und die Unternehmen meldeten noch mehr offene Stellen. Im Jahresdurchschnitt 2017 waren rund 44,3 Millionen Personen erwerbstätig. Nach ersten vorläufigen Berechnungen lag die Zahl der Erwerbstätigen im Jahr 2017 um 1,5 % höher als 2016. Dies war die höchste Zunahme seit dem Jahr 2007. Eine gesteigerte Erwerbsbeteiligung der inländischen Bevölkerung sowie die Zuwanderung ausländischer Arbeitskräfte glichen negative demografische Effekte aus, sodass im Jahr 2017 die höchste Zahl an Erwerbstätigen seit der Wiedervereinigung erreicht wurde.

Die robuste Konjunktur könnte durch fragile politische Entwicklungen unter anderem in Nordkorea, im Mittleren Osten aber auch in Italien empfindlich gestört werden. Ein beschleunigter Anstieg der Inflation verbunden mit unerwarteten, stärkeren Zinssteigerungen birgt ebenso wie der Ausstieg der Europäischen Zentralbank (EZB) aus der expansiven Geldpolitik wesentliche gesamtwirtschaftliche Risiken.

Bankenbranche

Regulierungsaufgaben, Kostensenkungen durch weniger Filialen, neue digitale Services und Allianzen mit FinTechs, aber auch Pflichten, etwa die Umsetzung der Basel-III-Regeln,

kommen auf die Banken ebenso wie der steigende Innovations- und Digitalisierungsdruck im Jahr 2018 zu. Auch der Brexit fordert die Institute, sie müssen weiterhin Vorbereitungen für einen eventuellen harten Ausstieg Großbritannien aus der Europäischen Union treffen. Der Wettbewerb im klassischen Bankgeschäft verschärft das Ver nderungstempo. FinTech- und Robo-Advice-Dienstleistungen werden sichtbare Auswirkungen auf etablierte Anbieter im Bankensektor haben.

Es sind nicht nur die viel beachteten FinTechs, die im Revier der Banken wildern. Vielmehr versuchen auch Händler und Unternehmen aus anderen Branchen, ihre Kunden durch bequeme Angebote rund um das Bezahlen zu locken. Die Palette reicht von der Möglichkeit, an der Supermarktkasse Bargeld abzuheben, bis zu den elektronischen Geldbörsen von Apple und Google.

Eine wichtige Säule bei den Einnahmen war für Banken lange der Zinsüberschuss. Die Differenz zwischen Krediten und Einlagen ist durch die Geldpolitik der EZB erheblich kleiner geworden. Die Banken sind auf neue Einnahmequellen angewiesen. Eine hohe Geschwindigkeit bei der Digitalisierung wird einhergehen müssen mit der Konzentration auf Kundenwunsche und einer innovativen Produktentwicklung.

Relevanter Markt und Wettbewerb

Der Markt für Baufinanzierungen entwickelte sich 2017 stabil auf hohem Niveau nach leicht rückläufigen Wachstumsraten im Jahr 2016 und einem wesentlichen Anstieg im Jahr 2015. Unterstützt durch das anhaltend niedrige Zinsniveau und die gute konjunkturelle Entwicklung ist das Neugeschäft im Wohnungsbau 2017 nach vorläufigen Daten um 1 % auf 232 Mrd. Euro leicht gesunken. Die Hanseatic Bank hat sich bei Krediten an Immobilieneigentümer auf das unbesicherte Konsumentendarlehen spezialisiert und ist in diesem Nischenmarkt unverändert Marktführer. Es wird im Jahr 2018 von keiner signifikanten Verschiebung der Marktanteile ausgegangen. Unterstützt durch das mittelfristig unverändert niedrig erwartete Zinsniveau wird eine stabil hohe Nachfrage nach Konsumentendarlehen in Ergänzung zu Baufinanzierungen erwartet.

Der Wettbewerb im Kreditkartenmarkt in Deutschland ist unverändert intensiv. 2016 stieg die Anzahl der Kreditkartenbesitzer mit 8 % auf 42,7 Mio. Der Großteil des Markts wird von Visa (33 %) und Mastercard (53 %) beherrscht, während American Express, Diners Club und Sonstige zusammen nur etwa 14 % aller Kreditkarten in Deutschland ausmachen. Nachholbedarf könnte im Bereich der Kunden mit einem Nettohaushaltseinkommen unter 2.500 Euro bestehen. Sie machen 45 % der Bevölkerung aus, doch nur 31 % an den Kreditkartenbesitzern. Die Hanseatic Bank verfolgt einen Wachstumskurs in diesem Bereich mit dem Vertrieb der hauseigenen GenialCard

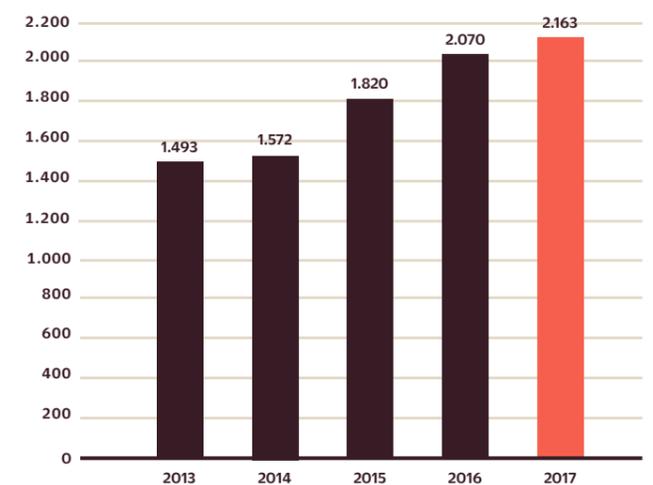
und GoldCard über Partnerschaften und über Onlinekan le sowie mit dem Vertrieb von White-Label-Kreditkarten über große Kooperationspartner. In einem Vergleichstest der Euro am Sonntag im April 2017 wurde die GoldCard als Testsieger mit „sehr gut“ bewertet. Der Fokus liegt auf der Gewinnung von Neukunden verbunden mit hoher Rentabilität. Im November 2017 erfolgte eine deutliche Zinssenkung im Bereich Kreditkarten, um die Wettbewerbsfähigkeit weiter zu verbessern. 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, mit dem ein sukzessiver Ausbau der Marktposition angestrebt wird.

Geschäftsverlauf

Die Hanseatic Bank startete 2016 eine umfassende Neuausrichtung ihrer Marken- und Kommunikationsstrategie, die das Geschäftsjahr 2017 wesentlich geprägt hat. Ziel ist es, den Kunden konsequent in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen. In Zeiten der Digitalisierung und einer einhergehenden neuen Kundensouver nit t wird ein grundlegender Perspektivenwechsel vom Produkt in die Sicht des Kunden verfolgt.

Im eigenen Kreditgeschäft schloss das Neugeschäft der Hanseatic Bank mit 589 Mio. Euro um 3,1 % über dem Vorjahr und 2,1 % unter dem geplanten Wert ab. Dabei lag das Neugeschäftsvolumen des Eigent merdarlehens mit 410 Mio. Euro um 4,7 % über dem Vorjahr sowie 2,5 % über dem Plan. Die kredit- und damit zinsrelevanten Kreditkartenums tze wiesen mit 167 Mio. Euro ebenfalls einen Anstieg um 8,5 % gegenüber dem Vorjahr auf, konnten die Erwartungen von 180 Mio. Euro jedoch nicht vollständig erfüllen.

Neugeschäftsvolumen in Mio. Euro



Neben dem eigenen Kreditgeschäft erzielte die Bank aus dem Ankauf von Forderungen unverändert den wesentlichen Anteil des Neukreditgeschäfts. Das Factoring-Neugeschäft, das nunmehr seit über 25 Jahren mit der Otto (GmbH & Co KG) betrieben wird, lag mit 1.575 Mio. Euro um 5,1% über dem Vorjahr und um 2,3% unter dem Plan. Weiterhin positiv wirkten sich auf das Factoring-Volumen der wachsende E-Commerce sowie zahlreiche Finanzierungsangebote im Ratenkauf durch die Distanzhändler Otto und Schwab aus.

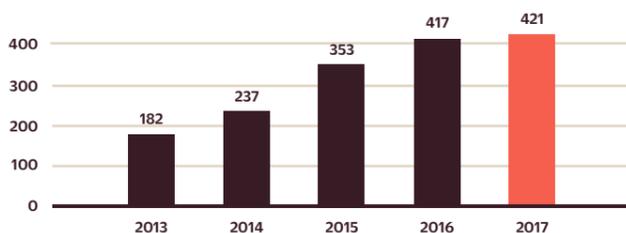
Das gesamte Neukreditgeschäft stieg somit gegenüber dem Vorjahr um 4,5% auf 2.163 Mio. Euro. Davon wesentlich beeinflusst ergibt sich eine Bilanzsumme von 2.859 Mio. Euro, die mit 10,5% deutlich über dem Vorjahr (2.588 Mio. Euro) liegt.

Ergänzend zum Kreditgeschäft werden den Kunden im Einlagenbereich Sparprodukte zur Geldanlage bei der Hanseatic Bank angeboten. Neben Onlineangeboten ist es Aufgabe der zehn Zweigniederlassungen als weiterer Vertriebskanal eine kundenorientierte Finanzberatung zu unterstützen. Im vergangenen Geschäftsjahr erhöhten sich die Einlagen der Kunden und Institutionellen um 5,6% auf 1.954 Mio. Euro. Darin wurde die Refinanzierung über institutionelle Kunden um 8 Mio. Euro auf 193 Mio. Euro leicht erhöht. Durch zinsgünstige EZB-Gelder, die über die Société Générale aufgenommen wurden, wurde der Bestand an Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in einem Umfang von 137 Mio. Euro auf 503 Mio. Euro deutlich erhöht. Die Refinanzierungssätze haben sich über das Jahr entsprechend der allgemeinen Zinsentwicklung leicht rückläufig entwickelt. Aus den Einlagen über die Société Générale sind negative Zinserträge erzielt worden.

Tilgungskredite im eigenen Kreditgeschäft

Die positive Entwicklung, die 2014 mit der erfolgreichen Neupositionierung des EigentümerDarlehens begann, hat sich auch 2017 mit einem um 4,7% auf 410 Mio. Euro ansteigenden Absatzvolumen bei den EigentümerDarlehen fortgesetzt. Die Neugeschäftsentwicklung bei den weiteren und weniger bedeutsamen Konsumentenkrediten reduzierte sich hingegen um 14 Mio. Euro auf 11 Mio. Euro.

Neugeschäft Tilgungskredite in Mio. Euro



Das hohe Niveau aus dem Vorjahr konnte erneut erzielt werden und insgesamt ergibt sich somit ein leichter Neugeschäftsanstieg im Tilgungskreditbereich des eigenen Kreditgeschäfts gegenüber dem Vorjahr um 1,0% auf 421 Mio. Euro. Der Plan konnte geringfügig übertroffen werden.

Kreditkarten

Das Produkt Kreditkarte blieb mit dem kredit- und damit zinsrelevanten Umsatz von 167 Mio. Euro um 7,1% unter dem ambitionierten Plan, konnte gegenüber dem Vorjahr jedoch deutlich um 8,5% ausgeweitet werden. Die Hanseatic Bank bietet White-Label-Kreditkarten in Kooperationen mit Partnern wie dem Warenhauskonzern Karstadt oder den Hagebaumärkten am Point of Sale sowie online an. Zusätzlich werden Kreditkarten auch in Form der hauseigenen GenialCard und GoldCard direkt, über Onlineaktionen oder über Partner gezielt angeboten und dabei der Fokus verstärkt auf kreditkartenaffine Kunden gelegt. Die Kombination der klassischen Bezahlfunktion mit der Option einer Ratenkreditaufnahme macht dieses Produkt für verschiedene Verwendungsmöglichkeiten interessant.

Factoring

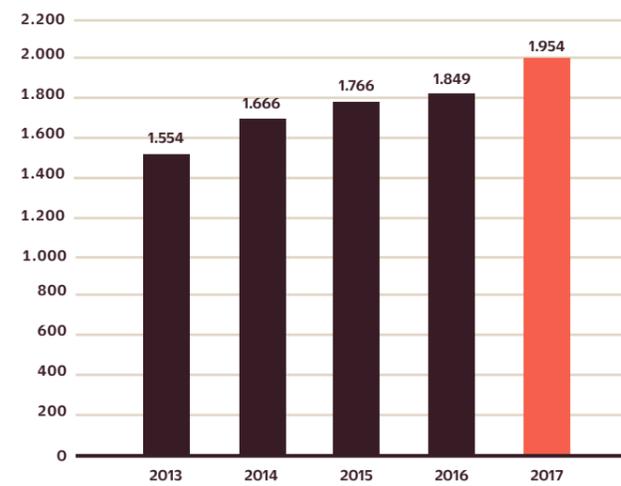
Sehr erfreulich entwickelt hat sich erneut das Factoring-Geschäft mit den Distanzhändlern Otto und Schwab. Durch den wachsenden E-Commerce und ausgewählte Finanzierungsangebote ist der Ratenkauf und somit das Factoring-Volumen weiter gewachsen. Hier konnte die Bank das Jahr mit 1.575 Mio. Euro Neugeschäftsvolumen abschließen. Dies entspricht 2,3% unter dem Plan und 5,1% über dem Vorjahr.

Einlagen

Die Entwicklung des Einlagengeschäfts mit Kunden im Geschäftsjahr 2017 orientierte sich unverändert an dem Refinanzierungsbedarf aus dem Kreditgeschäft. Das erforderliche Wachstum im Einlagenbestand aus dem Kundengeschäft und institutionellen Anlegern konnte mit einer Steigerung um 5,6% auf 1.954 Mio. Euro fortgesetzt werden. Die Zinssätze der Einlagenprodukte wurden 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 und wurde zum Jahresende um 8 Mio. Euro auf 193 Mio. Euro leicht erhöht.

Ergänzend werden zur Refinanzierung Bankengelder geeignet eingesetzt. Hier wurde der Bestand an zinsgünstigen Geldern (insbesondere EZB-Mittel) über die Société Générale in einem Umfang von 137 Mio. Euro auf 503 Mio. Euro deutlich erhöht.

Einlagenbestand in Mio. Euro



Projekte

Kundenorientierung und Digitalisierung

Die Hanseatic Bank stellt sich offensiv den Herausforderungen und Entwicklungen im Markt. Mit dem Ziel zu agieren und nicht zu reagieren, wurden 2016 verschiedene Projekte gestartet, die Prozesse flexibler und effizienter gestalten und dabei Kundenbedürfnisse konsequent in den Mittelpunkt stellen. Hierzu gehört die Aufnahme geeigneter Kooperationen mit FinTechs ebenso wie eine Beschleunigung bei der Umsetzung neuer Ideen, indem Entscheidungsverfahren beispielsweise über erhöhte Eigenverantwortung verkürzt werden. Die Ausweitung des Kundenbeziehungsmanagements mit geeigneter technischer Unterstützung wurde 2016 vorbereitet. Die intensive Ausrichtung der Hanseatic Bank auf ihre Kunden und die systematische Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse dienen der Ableitung von Handlungsempfehlungen, erhöhen die Kundenbindung und damit auch den Erfolgsbeitrag. Organisatorische Anpassungen und die regelmäßige Durchführung von Solution Labs unter Berücksichtigung sämtlicher Mitarbeiter unterstützen den gestarteten Kulturwandel.

Regulatorische Anforderungen

Eine sogenannte Regulatory Roadmap, die 2015 mit Unterstützung einer externen Beratungsgesellschaft entwickelt wurde, hat regulatorische Handlungsfelder identifiziert und laufend ergänzend aufgenommen, die in die Facharchitektur zu überführen sind. Schwerpunkte sind die Steuerung der Kapital- und Liquiditätsanforderungen ebenso wie zusätzliche Anforderungen an das Rechnungs- und Meldewesen. Unter Berücksichtigung erforderlicher Anpassungen in der Systemlandschaft wurde 2016 mit der Umsetzung

begonnen, im Zuge derer 2017 wesentliche Meilensteine erreicht werden konnten.

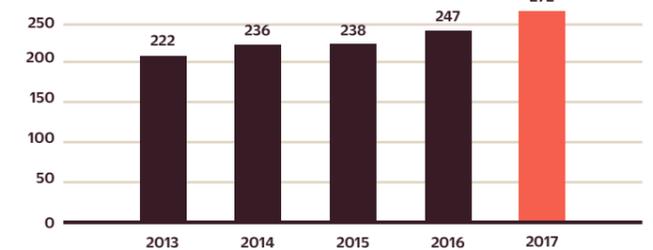
Mitarbeiter

Die Bank beschäftigte am Ende des Geschäftsjahres 2017 insgesamt 272 Mitarbeiter (Dezember 2016: 247), davon 202 Vollzeit-, 63 Teilzeitbeschäftigte und 7 Auszubildende. In der eigenen Servicegesellschaft (HSCE) lag zum Jahresende 2017 die Anzahl der Mitarbeiter bei 201 (Dezember 2016: 190).

Die Zusammenarbeit in der Hanseatic Bank beruht auf fünf Werten, die dem Unternehmen eine eigene Persönlichkeit verleihen und mit der sich die Mitarbeiter identifizieren können. Die einzelnen Werte sind: Verantwortung, Kompetenz, Teamgeist, Work-Life-Balance und Kreativität.

Insbesondere der digitale Wandel erfordert zunehmende Agilität der Mitarbeiter. Projekte zur Stärkung der Eigenverantwortung sowie Verbesserung der Kommunikation wurden 2016 gestartet und 2017 in Zusammenarbeit mit einem Organisationsberatungsunternehmen wesentlich ausgeweitet. Moderne Formen der flexiblen Organisationsgestaltung und Zusammenarbeit werden aktiv entwickelt und Arbeitsprozesse neu ausgerichtet.

Mitarbeiter



Ertragslage

Im Geschäftsjahr 2017 erzielte die Bank einen Bilanzgewinn in Höhe von 36,2 Mio. Euro. Dies entspricht einem Rückgang von 4,7 Mio. Euro beziehungsweise 11,6% gegenüber 2016. Der deutliche Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist auf zwei wesentliche Einflussfaktoren im Jahr 2016 zurückzuführen. Zum einen hat der US-Konzern Visa Inc. den Kreditkartenanbieter Visa Europe Limited zurückgekauft, an dem die Hanseatic Bank geringfügig beteiligt war. Dadurch erzielte die Bank im Mai 2016 einen Sonderertrag von 4,5 Mio. Euro. Zum anderen wurden einmalig Erträge von 8,3 Mio. Euro durch den Verkauf dreier Kreditportfolien (nahezu alle gekündigten Konten und die verbliebenen Baufinanzierungen) erzielt. Bereinigt um diese Sondereffekte aus 2016 stieg der Gewinn

vor Ertragsteuern gegenüber dem Vorjahr kräftig um 9,1 Mio. Euro beziehungsweise 27,2 % auf 42,7 Mio. Euro. Der Plan wurde mit 0,3 Mio. Euro leicht übertroffen.

Im Rahmen der internen Steuerung werden regelmäßig Leistungsindikatoren ermittelt und analysiert, die sich an den Anforderungen des Geschäftsmodells orientieren. Neben finanziellen Leistungsindikatoren erfolgt die Betrachtung qualitativer Indikatoren auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit. Die Kundenzufriedenheit und Servicequalität wurde im Jahr 2017 mit der Gesamtnote „sehr gut“ durch den TÜV Saarland bewertet und konnte damit das bereits erfreuliche Ergebnis einer repräsentativen Kundenbefragung aus dem Jahr 2015 mit der Note „gut“ weiter verbessern. Eine laufende Transparenz und Früherkennung wird über Kundenprozesse sowie das Kundenbeziehungsmanagement geschaffen. Die Verbesserung der Produktivität als weiterer qualitativer Indikator wird über die Fehlzeitenquote gemessen. Für die Hanseatic Bank konnte 2017 mit 3,7 % die Quote aus 2016 (4,3 %) weiter verringert werden.

Finanzielle Leistungsindikatoren

LEISTUNGSINDIKATOREN	Ist 2014	Ist 2015	Ist 2016	Plan 2017	Ist 2017
Gewinn v. Ertragsteuern (Mio. Euro)	18,8	24,6	46,4	42,4	42,7
Eigenkapitalrentabilität (%)	14,8	16,8	27,7	16,8	16,9
Kreditrisikoquote (%)	2,77	2,71	2,29	2,63	2,63
Cost-Income-Ratio (%)	42,2	42,1	38,6	35,0	36,1

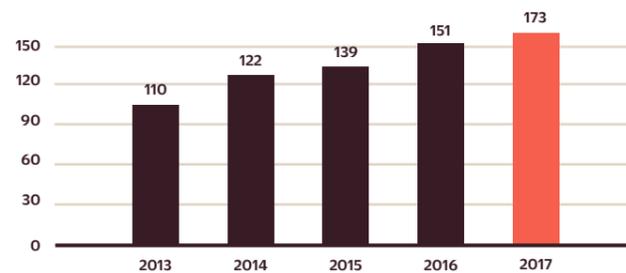
Ausgewählte wesentliche finanzielle Leistungsindikatoren dokumentieren eine solide Stabilität in der Entwicklung. Die Rentabilität reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf 16,9 % und liegt damit leicht über dem Plan von 16,8 %. Zu berücksichtigen sind im Vorjahresvergleich die genannten Sondereffekte aus 2016. Aufsichtsrechtliche Anforderungen sowie die Ausweitung des Geschäftsvolumens erforderten 2017 eine Erhöhung des Eigenkapitals um 16 Mio. Euro. Diese wurden vollständig im Dezember 2017 zugeführt und dienen wesentlich der Erfüllung aufsichtsrechtlicher Anforderungen und dem Geschäftswachstum im Jahr 2018. Die Ermittlung der Eigenkapitalrentabilität erfolgt für sämtliche Betrachtungszeiträume auf Basis des Eigenkapitals, das jeweils zum Jahresanfang zur Verfügung steht. Die Kreditrisikoquote weist das Verhältnis der Kreditrisikoaufwendungen zum Forderungsbestand aus. Mit 2,63 % wurde der Plan eingehalten. Das Vorjahr wurde wesentlich überschritten. Aus dem Verkauf der Kreditportfolien entstand 2016 ein einmaliger positiver Effekt auf die Kreditrisikoaufwendungen von 8,9 Mio. Euro. Bereinigt um diesen Effekt, beträgt die Kreditrisikoquote 2,67 % für 2016. Die Entwicklung zeigt somit eine leicht verbesserte Qualität des Forderungsbestands gegenüber dem Vorjahr auf. Das Cost-Income-Ratio, definiert als

das Verhältnis der Allgemeinen Verwaltungsaufwendungen zu den Erträgen (Zins- und Provisionsergebnis zuzüglich weiterer laufender und betrieblicher Erträge und abzüglich der sonstigen betrieblichen Aufwendungen), lag im Jahr 2017 bei 36,1 % und war damit besser als im Vorjahr. Wie erwartet, stieg der Verwaltungsaufwand verbunden mit der Ausweitung des Geschäftsvolumens unterproportional. Dennoch konnte der Plan in der Cost-Income-Ratio nicht ganz erreicht werden.

Zinsergebnis

Das Zinsergebnis der Hanseatic Bank verzeichnet mit 173 Mio. Euro einen deutlichen Anstieg um 14,3 % gegenüber dem Vorjahr. Die positive Entwicklung ist auf das unverändert hohe Geschäftswachstum im Kreditgeschäft zurückzuführen. Im Geschäftsjahr 2017 hat sich die Ausweitung des Forderungsbestands an Kunden um 11,5 % auf 2.623 Mio. Euro fortgesetzt. Bei unverändert stabilen und zufriedenstellenden Zinssätzen im Kreditgeschäft führte dies 2017 insgesamt zu einem Anstieg des Zinsertrags um 18 Mio. Euro auf 194 Mio. Euro. Der Zinsaufwand konnte um 4 Mio. Euro auf 22 Mio. Euro reduziert werden. Unterstützt wurde diese Entwicklung durch die rückläufige Zinsentwicklung sowie den Einsatz zinsgünstiger EZB-Gelder, die über die Société Générale zur Verfügung stehen. 2017 wurden hieraus negative Zinsen von 2 Mio. Euro vereinnahmt.

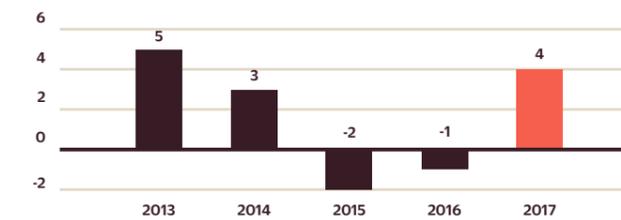
Zinsergebnis in Mio. Euro



Provisionsergebnis

Das Provisionsergebnis erhöhte sich gegenüber dem Vorjahr um 5 Mio. Euro. Im Jahr 2017 stehen Provisionsaufwendungen von 18 Mio. Euro Provisionserträgen in Höhe von 22 Mio. Euro gegenüber. Während der Provisionsertrag um 8,9 % gegenüber dem Vorjahr insbesondere durch den Vertrieb von Versicherungsleistungen erneut ausgeweitet werden konnte, reduzierten sich die Provisionsaufwendungen auch aufgrund der Beendigung der Kooperation mit Notebooksbilliger.de im Jahr 2016 mit 14,1 % deutlich.

Provisionsergebnis in Mio. Euro



Verwaltungsaufwendungen

Die Personal- und Sachaufwendungen der Bank sind 2017 um 5 Mio. Euro oder 8,7 % deutlich auf 67 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr gestiegen und liegen damit über den ursprünglichen Erwartungen. Der Personalaufwand beträgt 18 Mio. Euro und liegt damit um 2 Mio. Euro über dem Vorjahresniveau. Der restliche Verwaltungsaufwand ist um 6,4 % auf 49 Mio. Euro gestiegen. Die Entwicklung spiegelt die beschleunigten, strategisch erforderlichen Investitionen in Personal und Projekte wider, um den Anforderungen der Digitalisierung sowie regulatorischen Herausforderungen frühzeitig und aktiv begegnen zu können.

Risikoergebnis

Die Risikovorsorge in Form von Wertberichtigungen wurde im Geschäftsjahr laufend an die Kreditrisiken unter Berücksichtigung eines vorsichtigen Bewertungsansatzes angepasst. Die Risikokosten liegen mit 69 Mio. Euro über dem reduzierten Vorjahreswert (54 Mio. Euro). Sämtliche gekündigten Konten und die verbliebenen Baufinanzierungen wurden 2016 verkauft. Die Risikokosten teilen sich wie folgt auf die einzelnen Geschäftsbereiche auf: Factoring 55 Mio. Euro (Vorjahr 49 Mio. Euro), Finanzdienstleistungen 7 Mio. Euro (Vorjahr 2 Mio. Euro), Revolving 7 Mio. Euro (Vorjahr 4 Mio. Euro) und im sonstigen Geschäft ist es zu einer Zuführung von 100 Tsd. Euro (Vorjahr Auflösung 1 Mio. Euro) gekommen. Aufgrund von erhöhten Abgaben an den Deutschen Inkassodienst im zweiten Halbjahr 2017 sind die Risikokosten im Factoring-Geschäft gestiegen.

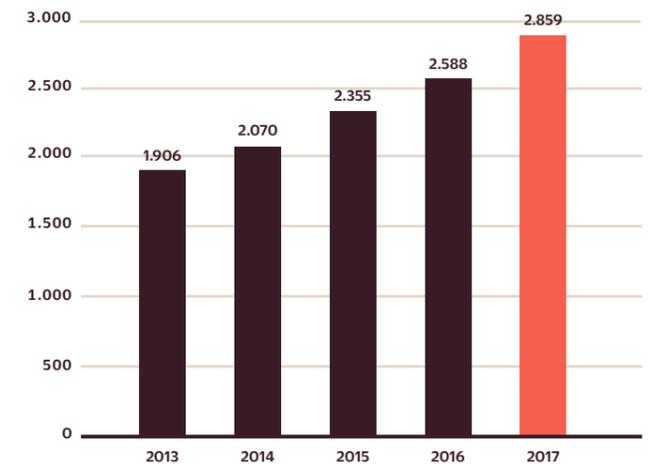
Das Wertberichtigungsverfahren für das Tilgungskreditgeschäft berücksichtigt Verzugstage und den Basel-III-Ausfallstatus und ist somit näher an den regulatorischen Vorgaben der Capital Requirements Directive (CRD IV) und Capital Requirements Regulation (CRR) ausgerichtet. Im Wertberichtigungsverfahren für das Factoring-Geschäft werden die aktuellen Mahnstufen berücksichtigt.

Finanz- und Vermögenslage

Die Bilanzsumme stieg unter anderem in Folge der Neugeschäftsentwicklung im Bereich Factoring und Eigentümerdarlehen gegenüber Dezember 2016 um 271 Mio. Euro auf 2.859 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 2017 verfügte die Hanseatic Bank über ein Eigenkapital in Höhe von 305 Mio. Euro. Dabei entfielen 36 Mio. Euro auf den Bilanzgewinn. Im Geschäftsjahr 2017 ist im Dezember eine Kapitalerhöhung um 16 Mio. Euro zur Unterlegung der Kapitalanforderungen für das Jahr 2017 erfolgt. Den Gesellschaftern wird eine Vollausschüttung des Gewinns voraussichtlich verbunden mit anschließender Kapitaleinzahlung in Höhe von 12 Mio. Euro vorgeschlagen. In Abhängigkeit von der weiteren Entwicklung des Geschäftsvolumens ist die Höhe der Kapitaleinzahlung zu prüfen. Im Dezember 2018 ist eine weitere Einzahlung vorbereitend für die Kapitalanforderungen 2019 vorgesehen.

2017 wurden Rücklagen für allgemeine Bankrisiken (§340g) in Höhe von 4 Mio. Euro gebildet. Diese Rücklagen dienen der Abdeckung von unerwarteten Kreditausfällen aus einer Bewertung des Kreditportfolios. 2018 und 2019 ist eine weitere Erhöhung auf insgesamt 13 Mio. Euro vorgesehen. Die Rücklagen stehen als hartes Kernkapital im Rahmen der Ermittlung der Kapitalquoten zur Verfügung.

Während des gesamten Geschäftsjahres wurden die Anforderungen zur Eigenkapitalausstattung gemäß der Capital Requirements Regulation (CRR) eingehalten. Zum Geschäftsjahresende wurde eine Gesamtkapitalquote nach Art. 92 Abs. 1 CRR in Höhe von 13,1 % ausgewiesen.

Die regulatorischen Eigenkapitalanforderungen an Banken wurden durch die Vorgaben der Eigenkapitalverordnung (CRR) deutlich ausgeweitet. Als Reaktion auf die Finanzmarktkrise wurde die Mindestquote für das vorzuhaltende harte Kernkapital erhöht. Zusätzlich wurden die qualitativen Kriterien für die Eigenkapitalbestandteile verschärft, um die Verlustabsorptionsfähigkeit der Banken zu erhöhen. Darüber hinaus wurden im Zuge der Umsetzung der CRD IV weitere Kapitalpuffer in das Kreditwesengesetz eingeführt, um die Widerstandsfähigkeit der Banken zu stärken. Seit 2016 haben alle Banken schrittweise über einen Zeitraum von vier Jahren hinweg den aus hartem Kernkapital bestehenden Kapitalerhaltungspuffer aufzubauen. Seine Zielgröße im Jahr 2019 beträgt 2,5 % des Gesamtforderungsbetrags nach Art. 92 Abs. 3 CRR.

Die Europäische Bankenaufsichtsbehörde (EBA) fordert in ihren Leitlinien zum Supervisory Review and Evaluation Process (SREP), dass die zuständigen Behörden neben den Eigenkapitalanforderungen nach der Säule I zusätzliche Eigenmittelanforderungen zur Deckung qualitativer Risiken (Säule II) bestimmen. Im Zuge des SREP werden somit alle bedeutsamen Risikoarten von der Aufsicht beurteilt. Für jedes Institut wird anschließend die insgesamt angemessene Eigenmittelausstattung (bestehend aus Eigenmittelanforderungen nach Säule I zuzüglich SREP-Zuschlag) festgesetzt. Die Europäische Zentralbank (EZB) als zuständige Behörde für die Hanseatic Bank hat im Rahmen von SREP eine Eigenkapitalquote (bestehend aus Kernkapital, das sich nach Art. 25 CRR aus dem „harten Kernkapital“ und dem „zusätzlichen Kernkapital“ zusammensetzt) von 10,75 % für 2017 angesetzt. Diese wurde während des gesamten Geschäftsjahres eingehalten. Ab dem 31.12.2017 wird für 2018 eine Gesamtkapitalquote von 9,875 % von der EZB festgelegt, die zum 31.12.2017 mit 13,1 % erfüllt wurde.

Die Hanseatic Bank berücksichtigt laufend Veränderungen der Risikopositionen und die Auswirkung auf die Eigenkapitalanforderungen. In den nächsten Jahren ist insbesondere aufgrund des Geschäftswachstums eine weitere sukzessive Erhöhung des Eigenkapitals vorgesehen und mit den Gesellschaftern abgestimmt.

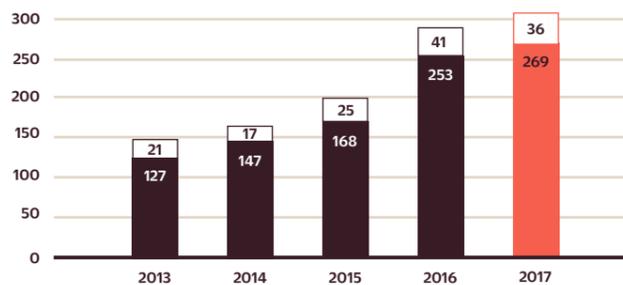
Basel III beziehungsweise dessen Umsetzung in europäisches Recht (CRR/CRD IV) enthält daneben international einheitliche Mindeststandards zur Messung und Begrenzung des Liquiditätsrisikos. Bei der Ermittlung der Liquidity Coverage Ratio (LCR) werden dem Bestand an hochliquiden, unbelasteten Aktiva (Liquiditätspuffer) die Nettozahlungsmittelabflüsse innerhalb von 30 Tagen gegenübergestellt. Die Meldung ist monatlich abzugeben und erfolgte erstmals per Stichtag zum 31. März 2014. Die LCR lag zum Abschluss-

stichtag mit 175 % deutlich über dem für 2017 einzuhaltenen Wert von 80 %.

Die Liquiditätskennzahl gemäß Liquiditätsverordnung (LiqV) § 11 KWG lag zum Abschlussstichtag mit 2,1 über den Anforderungen der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (1,0). Mit vollständiger Einführung der LCR im Jahr 2018 tritt die auf nationalem Recht beruhende LiqV zum Stichtag 01.01.2018 außer Kraft.

Zur Liquiditätssicherung hält die Hanseatic Bank Refinanzierungslinien über den Konzern Société Générale in Höhe von 150 Mio. Euro vor. Zum 31.12.2017 wurden diese nicht in Anspruch genommen.

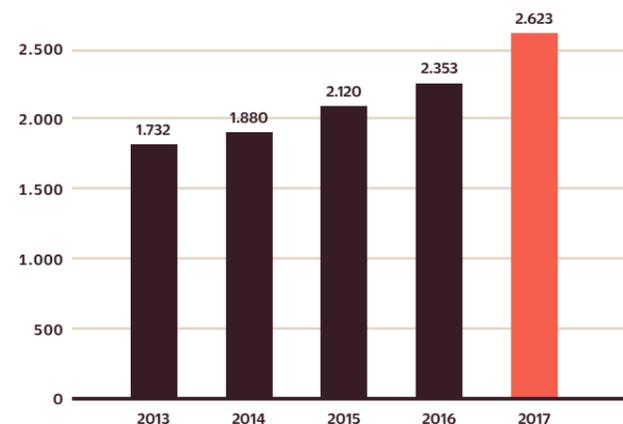
Eigenkapital in Mio. Euro



Forderungsvolumen

Das Forderungsvolumen im Jahr 2017 stieg gegenüber dem Vorjahr um 11,5 % auf 2.623 Mio. Euro an. Die hohe Neugeschäftsentwicklung führte zu einem Zuwachs von 16,1 % bei den Forderungen an Kunden in den Bereichen Verbraucherdarlehen und Konsumentenkredite. Der Bestand im Factoring ist um 6,9 % gegenüber dem Vorjahr angestiegen. Das Neugeschäft im Factoring von 1.575 Mio. Euro wirkte sich nur teilweise auf den Jahresendbestand von 1.254 Mio. Euro aus, da die durchschnittlichen Kreditlaufzeiten deutlich unter einem Jahr liegen.

Forderungsvolumen in Mio. Euro



Fälligkeitsstruktur

Das Forderungsvolumen an Kunden in Höhe von 2.623 Mio. Euro enthält zu 56 % Forderungen mit einer unbestimmten Laufzeit oder einer Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. 1.081 Mio. Euro (41 %) des Forderungsvolumens haben eine Restlaufzeit von bis zu 5 Jahren, und 73 Mio. Euro besitzen eine Restlaufzeit von über 5 Jahren.

Die Verbindlichkeiten gegenüber Kunden mit vereinbarter Laufzeit betragen 1.539 Mio. Euro. Von diesen Verbindlichkeiten besitzen 70 % eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr. 447 Mio. Euro (29 %) haben eine Restlaufzeit von bis zu 5 Jahren und 17 Mio. Euro (1 %) eine Restlaufzeit von über 5 Jahren.

Wertpapiere

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

Sonstige Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und andere Verpflichtungen

Es bestehen unwiderrufliche Kreditzusagen von 8 Mio. Euro (Vorjahr 87 Mio. Euro). Diese resultieren größtenteils aus offenen Ankaufszusagen im Factoring-Geschäft gegenüber der Otto (GmbH & Co KG) und der Schwab Versand GmbH. Eine zumindest teilweise Inanspruchnahme der Ankaufszusagen ist aufgrund der steigenden Umsätze höchstwahrscheinlich. Außerdem bestehen in geringem Umfang Eventualverbindlichkeiten aus Mietbürgschaften.

Risikobericht

Grundlagen

Der Erfolg bankbetrieblicher Aktivitäten spiegelt sich in einer beständigen Korrelation zu den eingegangenen Risiken wider. Daher ist es erforderlich, in gewissem Maße Risiken einzugehen, da diese Bestandteile der Geschäftstätigkeit und Voraussetzung für den unternehmerischen Erfolg sind. Das Risiko ist dabei als Ereignis mit sowohl möglichen negativen als auch mit möglichen positiven Auswirkungen zu verstehen. In diesem Risikobericht wird ausschließlich auf die Risiken eingegangen; die Chancen werden im unten aufgeführten Chancenbericht erläutert.

Ein zielgerichtetes Risikomanagement nimmt in der Geschäftspolitik der Hanseatic Bank einen hohen Stellenwert ein. Wichtige Bestandteile des Risikomanagements sind die Definition von Strategien sowie die Festlegung und Beurteilung von Prozessen zur Identifizierung, Bewertung, Steuerung und Überwachung sowie zur Kommunikation von Risiken.

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. Die Strategien werden jährlich überprüft und ggf. angepasst.

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 den 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. monatliche Risikoberichte und Risikoausschüsse, quartalsweise Gesamtrisikobericht).

Das Risikocontrolling ist gemäß Risikohandbuch für die Identifikation, die unabhängige Messung, Analyse und Kommentierung der Adressenausfallrisiken auf Portfolioebene, des Zinsänderungsrisikos und der Liquiditätsrisiken sowie für die unabhängige Risiko- und Limitüberwachung verantwortlich. In Bezug auf das Monitoring der bestehenden Limite im Rahmen der Risikotragfähigkeit schließt dies die Verantwortung für die Methodik der Quantifizierung aller mit Risikodeckungspotenzial unterlegten Risikoarten ein.

Die Verantwortung für das Management des Zinsänderungsrisikos und der Liquiditätsrisiken liegt derzeit in der Abteilung Internationales Finanzwesen, welches dem Bereich Finanzwesen zugeordnet ist. Der Bereich Risikocontrolling hat eine weiterführende Überwachungsfunktion übernommen. Die Steuerungsfunktion nach IFRS ist im Finanzwesen verblieben, das Risikocontrolling berichtet nach Local GAAP. Das Risikocontrolling der Hanseatic Bank führt jährlich eine Risikoinventur durch, wobei die einzelnen Risiken, welche mit dem Geschäftsmodell der Bank zusammenhängen, identifiziert und analysiert sowie, wenn nötig, Monitoring-Verfahren installiert werden. Bislang wurden keine bestandsgefährdenden Risiken identifiziert, was sich insbesondere in dem hohen Grad der Diversifizierung des Kreditportfolios begründet. Für das Factoring-Geschäft gilt dies aufgrund der vielen kleinen Geschäfte analog.

Insgesamt folgt die Hanseatic Bank dem Konsolidierungskreis des Mutterkonzerns Société Générale (BCE-Collecte-Meldung, Armoni 3R, u. a.). Zusätzlich folgt die Bank den Anforderungen der lokalen Bankenaufsicht, insbesondere im Rahmen der Risikotragfähigkeit nach MaRisk.

Das Risikocontrolling unterliegt einer jährlichen Prüfung der internen Revision der Société Générale und ist in Bezug auf die allgemeinen Anforderungen an das Risikomanagement und

die Anforderungen an die Risikosteuerungs- und Risikocontrollingprozesse Gegenstand der Jahresabschlussprüfung.

Risikotragfähigkeit

Als ein wesentliches Konzept für die Risikosteuerung ist die Risikotragfähigkeitskalkulation 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 berücksichtigt. Die für die Bank steuerungsrelevante Sicht ist die periodische Risikotragfähigkeit im Fortführungsansatz (Going-Concern-Prinzip).

In der für die Steuerung relevanten periodischen Risikomessung werden dabei die Interest Margin (Zinsspannenrisiko, Vertriebsrisiko, Liquiditätsrisiko), das Net Fee Income, die Kostenrisiken (Personal-, Werbe-, EDV- und sonstige Kosten), Abschreibungen von Wertpapieren, das operationelle Risiko und die unerwarteten Verluste aus Kreditrisiken (Eigentümergehälften, Factoring, Sonstiges) dem Risikodeckungspotenzial gegenübergestellt. Das bedeutendste Risiko der Hanseatic Bank besteht im Adressenausfallrisiko (Kreditrisiko), welches in der periodischen Risikobetrachtung in der Risikoverteilung 49,4 % des Gesamtrisikos (91 Mio. Euro zum 31.12.2017 für die Betrachtungsperiode 2018) auf sich vereint, gefolgt von der Interest Margin (29,8 %), den Kostenrisiken (9,1 %), dem operationellen Risiko (8,8 %) und dem Net Fee Income (3 %). Im Vorjahr betrug der Risikoanteil im Kreditrisiko 46,7 %, der der Interest Margin 30,8 %, der des operationellen Risikos 11,4 %, die Kostenrisiken hatten einen Anteil von 8,5 % und das Net Fee Income von 2,7 %.

In der ökonomischen (barwertigen) Risikomessung wird zwischen unerwarteten Verlusten aus dem Kreditrisiko, Zinsänderungsrisiko, Refinanzierungsrisiko, operationellem Risiko sowie Credit Spread & Migrationsrisiko unterschieden.

Das Risikodeckungspotenzial (periodisch wie barwertig) wird gemäß der aufsichtsrechtlichen Beurteilung bankinterner Risikotragfähigkeitskonzepte ermittelt. Das Risikodeckungspotenzial in der periodischen Risikotragfähigkeit ergibt sich aus dem anteiligen Planergebnis vor Steuern reduziert um einen Puffer in Höhe von 4 Mio. Euro und dem regulatorisch ungebundenen Anteil der Eigenmittel. Stille Reserven aus den Wertpapieren des Anlagebuchs werden nicht berücksichtigt. Hierbei wird lediglich so viel Eigenkapital mit einbezogen, dass selbst bei einem vollständigen Aufzehren des Deckungspotenzials die bankaufsichtlichen Mindestkapitalanforderungen noch erfüllt sind.

Die Risikotragfähigkeitskalkulation der Hanseatic Bank wird vierteljährlich erstellt und berichtet. In der Risikotrag-

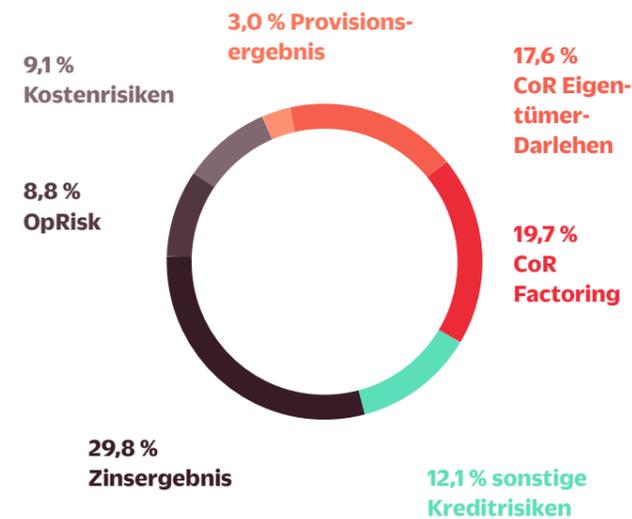
fähigkeitsberechnung werden für das Kreditrisiko die Ausfallwahrscheinlichkeiten und Verlustquoten bei Kreditausfall aus den Risikotragfähigkeitsmodellen (Stand: Q4 2017) verwendet. Die zur Kreditrisikoermittlung verwendeten Modelle sind auf möglichst langen Zeitreihen entwickelt und schätzen die Parameter eingeteilt in Gruppen, die durch Verzugsstage, Ausfallstatus und Kündigungsstatus definiert sind. Im Anschluss wird der unerwartete Verlust auf Basis eines UL/EL-Modells anhand der Gordy-Formel ermittelt. Die Hanseatic Bank verwendet weiterhin einen Risikoaufschlag, der über ein sogenanntes Bootstrapping-Verfahren aufgestellt wird. Das betrachtete Geschäftspotenzial berücksichtigt ausgefallenes und nicht ausgefallenes Geschäft. Die Risiken aus der Interest Margin werden über historisch hergeleitete Szenarien abgebildet. Bei den GuV-Risiken ist eine gleichmäßige Verteilung über das Jahr nachgewiesen und die Risiken werden über das 99 %-Quantil der Normalverteilung ermittelt. Das operationelle Risiko wird aufgrund seiner Eigenschaft, dass es jederzeit in voller Höhe schlagend werden kann, als fester Risikowert in die Risikoberechnung aufgenommen.

Bei der Aufstellung der Risikotragfähigkeit wird die Risikodeckungsmasse (Gesamtlimit am Stichtag 31.12.2017: 132 Mio. Euro für die Betrachtungsperiode 2018) dem unerwarteten Verlust aus der oben genannten Risikoermittlung (Stichtag 31.12.2017: 91 Mio. Euro) gegenübergestellt (Vorjahr 70 Mio. Euro Risiko zu 100 Mio. Euro RDP). Die Risikobetrachtung erfolgt in einer Bruttobetrachtung, also ohne Berücksichtigung von risikobegrenzenden Maßnahmen. Entsprechende Maßnahmen und eine Entscheidungsmatrix sind im Handbuch zur Risikotragfähigkeit festgelegt. Die Risikotragfähigkeit wird für das laufende Geschäftsjahr und mindestens zwei Folgejahre erstellt. Zusätzlich werden gesonderte Stresstests durchgeführt, um das Risikobild der Bank zu komplettieren. Im Sinne eines inversen Stresstests werden ergänzende Szenarien qualitativ beschrieben, bei deren Eintreten eine vollständige Bindung der zur Verfügung stehenden Risikodeckungsmassen folgen würde. Die Stresstests werden je nach Aussagekraft und Relevanz bis zu einem quartalsweisen Turnus erstellt.

Im Geschäftsjahr 2017 war die Risikotragfähigkeit der Hanseatic Bank bezogen auf das laufende Geschäftsjahr zu jedem Zeitpunkt 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 (abzgl. Puffer) auf die Risikoarten dar. Die Verteilung erfolgt in festen Euro-Beträgen; stille Reserven werden nicht berücksichtigt. Gleiches gilt für die ökonomische Sicht, bei der die zukünftigen barwertigen Cash Flows des Bestandsportfolios (ohne Neugeschäft und ohne stille Reserven) verteilt werden.

Die dargestellten Risiken aus der periodischen Risikotrag-

fähigkeit für 2018, basierend auf den Planzahlen für 2018 und der entsprechenden Ermittlung des unerwarteten Verlusts (Stichtag 31.12.2017, Vorjahreswerte s.o.), sind wie folgt verteilt (das Kreditrisiko ist in drei Unterrisikoarten untergliedert, hierbei steht CoR für „Cost of Risk“ im Kreditrisiko):



Adressenausfallrisiken

Die Hanseatic Bank ist ausschließlich im Privatkundengeschäft (Retail) innerhalb der Bundesrepublik Deutschland tätig. Im Privatkundenkreditgeschäft werden ausschließlich Kredite an natürliche Personen vergeben, sodass sich das Adressenausfallrisiko bei der Hanseatic Bank auf die Zahlungsunfähigkeit dieser Kreditnehmergruppe beschränkt. Branchenspezifische Entwicklungen haben somit keinen direkten Einfluss auf das Adressenausfallrisiko.

Ein wesentliches Konzentrationsrisiko stellt das Factoring-Geschäft aus der Ertragsperspektive dar aufgrund des größten Anteils am Gesamtforderungsbestand. Die Verträge mit der Otto (GmbH & Co KG) sind für beide Vertragsparteien bis zum 31.12.2034 bindend und können nicht einseitig gekündigt werden. Eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage der Otto (GmbH & Co KG), die zum Einbruch der Verkäufe führt, würde sich stark auf das Neugeschäft der Bank auswirken. Entsprechend wird ein Stresstest quartalsweise berechnet, in welchem ein entsprechendes Szenario ausgeführt wird. Weitere wesentliche Risikokonzentrationen können derzeit 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 Geschäftsportfolien werden durch den Einsatz statistisch-mathematischer Verfahren – sogenanntes Scoring – unter Berücksichtigung des Risiko-Rendite-Verhältnisses getroffen. Die Hanseatic Bank hat für sämtliche strategischen Geschäftsfelder statistisch-mathematische Scorekarten auf historischen Daten unter Verwendung von logistischen Regressionen entwickelt. Die Scorekarten kommen bei der Antragsentscheidung zur Anwendung und können Merkmale zur Person, zum beantragten Kreditprodukt, externe Informationen (z.B. Schufa) sowie interne Informationen enthalten. Alle Scorekarten werden auf einen Horizont von 12 Monaten auf eine Masterratingskala kalibriert. Für das Factoring-Geschäft existiert kein bankeigenes Scorecard-Modell, da die Kreditentscheidung im Rahmen der automatisierten Bonitätsprüfung durch die Distanzhändler Otto und Schwab erfolgt.

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

Zur Früherkennung etwaiger Kreditausfallrisiken werden monatlich Kennzahlen (IPs und HRs) und Analysen erstellt sowie monatliche Ausschüsse abgehalten, anhand derer das Geschäft überwacht wird und gegebenenfalls Maßnahmen beschlossen werden.

Die Ausfallrate (nach Basel III) aller Forderungen über alle Laufzeiten beträgt für das Gesamtportfolio 5,3 %; über das eigene Kreditgeschäft beträgt diese 1,7 % (Ratenkredite 1,2 % und Revolving 4,0 %) und über das Factoring 9,4 %. Die Verbesserungen gegenüber dem Vorjahr (Gesamtportfolio 5,5 %; OCB 1,8 % [Ratenkredite 1,8 %, Revolving 4,0 %] und Factoring 9,3 %) ergeben sich aus der verbesserten Portfolioqualität.

Kontrahentenrisiko

In den Derivate-Geschäften ist das Kontrahentenrisiko begrenzt, da diese Geschäfte ausschließlich mit dem Konzern der Société Générale abgeschlossen werden. Die Hanseatic Bank gibt keine Aktien oder sonstige Wertpapiere aus und handelt nicht mit derartigen Finanzgeschäften im Rahmen des Kundengeschäfts. Zur Eigenkapitalanlage kauft die Bank Staatsanleihen der Bundesrepublik Deutschland, welche ausnahmslos bis zum Ablauf gehalten und dann zum fixierten Preis veräußert werden. Durch das AAA-Rating der Bundesrepublik Deutschland besteht ein theoretisches Ausfallrisiko, das kleiner ist als im 99 %-Quantil. Zur Berücksichtigung des Ausfalls der Société Générale berechnet die Bank regelmäßig einen entsprechenden Stresstest im Rahmen der Risikotragfähigkeit. Risiken aus Kündigungsrechten und Beteiligungsrisiken bestehen in keinem bedeutenden Umfang.

Marktpreisrisiken

Die Hanseatic Bank ist ein Nichthandelsbuchinstitut. Die wenigen Handelsaktivitäten im Rahmen der strategischen Anlage im Anlagebuch werden in einem engen Rahmen durchgeführt. Die Hanseatic Bank führt keine Geschäfte durch, aus denen sich Währungsrisiken, Rohstoffrisiken oder sonstige Preisrisiken ergeben. 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 (Threshold 5 Mio. Euro, Liquiditätskoeffizient 1,1 als internes Limit) begrenzt. Das Zins- und Liquiditätsrisiko wird hierbei über Limite in Abhängigkeit der Fristen (kurz-, mittel- und langfristige) 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 Receiver-Zinsswaps (Nominal-Volumen zum 31.12.2017 beträgt 132 Mio. Euro) zur Steuerung des Zinsänderungsrisikos gekauft, welche ausschließlich außerbilanziell eingebucht werden. Die Swaps dienen vollständig der Zinsrisikosteuerung und werden ausschließlich über die Société Générale bezogen, es bestehen keine wesentlichen offenen Risikopositionen. Das kurz-, mittel- und langfristige Limit des Risikovolumentens, das durch die Hanseatic Bank nicht überschritten werden darf, beträgt 11 Mio. Euro (Konzernvorgabe), die sogenannte Threshold (Grenze als Frühwarnindikator bzw. Eskalationsstufe) liegt kurz-, mittel- und langfristig bei 5 Mio. Euro. Daneben wird quartalsweise der Risikostatus auf Grundlage des Baseler Zinsschocks (+/- 200 Basispunkte Zinsverschiebung), welcher als Indikator für Zinsänderungsrisiken fungiert, gemäß den im Jahr 2011 angepassten Vorschriften berechnet. Im quartalsweisen Asset Liability Committee (ALM-Committee) und im monatlichen ALM-Bericht werden die genannten Kennzahlen berichtet. In einem monatlichen Liquiditätsmanagementreport wird die monatliche Entwicklung der Risk-Phase dargestellt.

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 sowie über Kreditlinien des Mutterkonzerns Société Générale und Einlagen institutioneller Anleger. Im Berichtszeitraum war die Bank höchst liquide, es bestanden zu keinem Zeitpunkt offene Liquiditätspositionen. Der sehr unwahrscheinliche, jedoch denkbare Fall eines massiven Abzugs von Kundeneinlagen (Bank Run) wird in einem eigens dafür durchgeführten Stresstest abgebildet.

Bei der Hanseatic Bank können Liquiditätsengpässe (Li-

quiditätsrisiko im eigentlichen Sinne) durch den Ausfall ein-geplanter 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 Gegenparteiisiko im großvolumigen Kredit- und Einlagengeschäft auf. Im Kreditgeschäft der Hanseatic Bank werden unwider-rufliche Kreditlinien im Individualkundengeschäft in sehr geringem Umfang gewährt. Im Factoring-Geschäft der Bank bestehen gegenüber den Forderungsverkäufern Ankaufszu-sagen. Diese können jedoch nicht durch das Verhalten der Forderungsverkäufer im Sinne einer freien Abrufentschei-dung 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. Die Hanseatic Bank hält ausschließlich deutsche Staatsanleihen, welche nur zum Ablauf abgegeben werden.

Dass die Hanseatic Bank mittelbar von den vorgenannten Unterkategorien des Liquiditätsrisikos als Tochtergesell-schaft der Société Générale betroffen sein kann, ist unwahr-scheinlich. Die Société Générale ist verpflichtet, ein konzernweites Liquiditätsrisikomanagement vorzuhalten. Dazu meldet die Hanseatic Bank ihre Zahlungsstrominformationen an die Société Générale, womit sie in das Liquiditätsrisikoma-nagement der Konzernmutter eingebunden ist.

Das Refinanzierungsrisiko der Bank besteht darin, dass die Société Générale gewisse Schwankungen in den Refi-nanzierungskonditionen an die Hanseatic Bank weitergibt. Demnach werden im Rahmen der Ausrichtung des Liquiditätsmanagements alternative Quellen vorgehalten, die bei Engpässen zur Verfügung stehen. Im Rahmen der Risikotrag-fähigkeit wird dieses Szenario in einem eigenen Stresstest untersucht.

Der Bereich Finanzwesen der Bank überwacht laufend die Einhaltung der aufsichtsrechtlichen Liquiditätskennziffern (LiqV, LCR) und berichtet diese quartalsweise im ALM-Com-mittee. Die Liquiditätskennziffer gemäß Liquiditätsverord-nung soll mindestens 1,0 betragen. Die Hanseatic Bank hat sich eine interne Grenze von 1,1 gesetzt. Zusätzlich gilt ab dem 01.01.2017 die Liquidity Coverage Ratio (LCR) in Höhe von 80 % und ab dem 01.01.2018 in Höhe von 100 % verbind-lich für alle Finanzinstitute. Die LiqV muss ab dem 01.01.2018 nicht mehr berechnet werden. Die Hanseatic Bank hat sich ein internes Limit von 110 % für die LCR gegeben. Des Weiteren ist ein Limit zur Mindestliquidität zum Monatsende vor-gesehen. Das Limit zum Monatsende basiert auf einem Wert, der in einem Liquidity-at-Risk-Ansatz als die das Konfidenz-niveau von aktuell 99 % nicht übersteigenden Liquiditätsab-flüsse innerhalb eines Monats berechnet wird.

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 fortge-schrittene Messansatz (AMA) im Sinne des Artikels 321 ff. CRR eingesetzt. Insgesamt wurde per 31.12.2017 für die ope-rationellen Risiken Eigenkapital in Höhe von rund 7 Mio. Euro vorgehalten. Für die operationellen Risiken ist die Abteilung OpRisk & Compliance verantwortlich, welche die laufende Identifizierung, Messung, Steuerung, Überwachung und Analyse durchführt. Diese Einzelbetrachtungen werden zu einem Gesamtbankrisiko aggregiert. Im Geschäftsjahr 2017 sind 260 (Vorjahr 236) Schadenfälle aufgetreten, bei denen der jeweilige Bruttoschaden 1 Tsd. Euro oder mehr betrug. Der sich daraus ergebende Gesamtbruttoschaden belief sich auf ca. 1.418 Tsd. Euro (Vorjahr 786 Tsd. Euro). Durch ein quali-tatives Schadenmanagement konnten Teilbeträge zurücker-langt und der Gesamtbetrag auf 337 Tsd. Euro (Vorjahr 172 Tsd. Euro) Nettoschaden gesenkt werden. Größter Treiber im Jahr 2017 als auch im Jahr 2016 waren Nettoverluste von 199 Tsd. Euro (Vorjahr 114 Tsd. Euro), welche aus der Risikokate-gorie „Betrug und andere kriminelle Aktivitäten“ resultieren. Weitere 7 der 260 Fälle sind dem Bereich Rechtsstreitigkei-ten zuzuordnen. Der Brutto- und der Nettoschaden aus die-sen 7 Fällen beliefen sich auf insgesamt 85 beziehungsweise 82 Tsd. Euro. Wesentliche Rechtsstreitigkeiten bestehen der-zeit nicht beziehungsweise sind nicht bekannt.

Die Erfassung und Meldung von Schadenfällen wird durch die zentralen OpRisk-Verantwortlichen durchgeführt. Diese Fälle werden auf ihren Risikogehalt hin untersucht und nach-gehalten. Darüber hinaus führt die Hanseatic Bank jährlich eine Risikoinventur in Form eines Risk-Control-Self-Assess-ments (RCSA) durch. Dieses dient der Quantifizierung der operationellen Risiken und der Bewertung ihrer Kontroll- und Präventivsysteme. Davon abgeleitet können Maßnahmen zur Risikoreduzierung ergriffen werden. Zusätzlich führt die Bank noch Stresstests in Form von Szenario-Analysen durch. Im Rahmen dieser Analysen werden theoretisch mögliche Schadenfälle mit einer geringen Eintrittswahrscheinlichkeit aber einem hohen Schadenpotenzial betrachtet.

GuV-Risiken und sonstige Risiken

Spezifische GuV-Risiken beschreiben die Gefahr der Abwei-chung von GuV-Planwerten bestimmter GuV-Positionen, die nicht über die zuvor beschriebenen klassischen Risikoarten abgegriffen werden können, und sind demzufolge auch nur für die periodische Risikotragfähigkeit relevant.

Hierzu gehören die Gefahren der

- unerwartet niedrigen Provisionen (Net Fee Income),
- unerwartet hohen Kosten (Kostenrisiko) sowie
- im Plan zu hoch angesetzten Neugeschäftsvolumina (Vertriebsrisiko).

Alle Risiken, die sich den Adressenausfallrisiken, Markt-preisrisiken, Liquiditätsrisiken, operationellen Risiken und

spezifischen GuV-Risiken nicht beziehungsweise nicht ein-deutig zuordnen lassen, werden von der Hanseatic Bank als sonstige Risiken klassifiziert.

Eine quantitative Erfassung von Reputationsrisiken und strategischen Risiken auf Basis einer empirischen Eintritts-wahrscheinlichkeit ist derzeit nicht etabliert. Daher wird auf die Berücksichtigung dieser Risiken in der Risikotragfähig-keitskonzeption verzichtet.

Allen unwesentlichen, nicht quantifizierbaren Risiken, die nicht explizit in der Risikotragfähigkeit berücksichtigt wer-den, wird in Form eines Risikodeckungspotenzial-Puffers in Höhe von derzeit 4 Mio. Euro Rechnung getragen.

Governance

Die Geschäftsführung der Hanseatic Bank hat diverse Aus-schüsse etabliert, die einen standardisierten Informations-austausch der verschiedenen Funktionsbereiche gewährleis-ten und einem effizienten, ausgewogenen und bankweiten Risikomanagement dienen.

Übergeordnetes Gremium ist der Risikoausschuss, der in der Regel monatlich die Gesamtrisikosituation der Bank so-wie 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 Marktfolge-bereichs sowie Vertretern der Société Générale aus verschie-denen Business und Service Units zusammen.

Die weiteren Ausschüsse (Factoring-Ausschuss, Merchant Committee, Debt Collection Committee, ALM Committee, Data Governance Committee, IT Security Committee und Operational Risk and Compliance 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 Gesamt-bankrisikosteuerung.

Darüber hinaus baut die Hanseatic Bank kontinuierlich dieses System aus, insbesondere im direkten Austausch mit dem Konzern. Die Gesamtrisikosituation in Verbindung mit den aufsichtsrechtlichen Vorgaben wird zusammenfassend im Sinne des Risiko-Rendite-Profiles als ausgewogen angese-hen. Die aufsichtsrechtlichen Eigenmittelanforderungen in Höhe von 204 Mio. Euro (9,5 %) werden zum 31.12.2017 mit 269 Mio. Euro (12,5 %) an vorhandenen Eigenmitteln ge-deckt. In Zukunft wird die Hanseatic Bank auch weiterhin in die Optimierung des Steuerungssystems und des Risikoma-nagementsystems investieren, um den betriebswirtschaftli-chen 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 in weiteren regionalen Bankenverbänden, 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

Einhergehend mit den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowie unter Berücksichtigung der regulatorischen Anforderungen, fokussiert die Hanseatic Bank ihre Geschäftsstrategie im Jahr 2018 konsequent auf die Optimierung und Digitalisierung von Prozessen. Dieses mit dem Ziel, das Kundenerlebnis mit der Bank weiterhin zu verbessern. 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 gelegt. Das trotz niedriger Zinsen stabile Niveau der Sparquote lässt die Annahme zu, dass dem Vorsorgemotiv derzeit hinreichend Rechnung getragen wird. Es ist daher für die Anlageprodukte davon auszugehen, dass diese weiterhin auf einem ausreichend hohen Niveau nachgefragt werden. Aufgrund dieser Rahmenbedingungen plant die Hanseatic Bank eine Steigerung des Zinsüberschusses auf 189 Mio. Euro, was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 9,5 % entspricht. Enthalten sind hierin negative Zinsen für Einlagen über die Société Générale in Höhe von 2 Mio. Euro. Der Verwaltungsaufwand inklusive Abschreibungen und Wertberichtigungen auf immaterielle Anlagewerte und Sachanlagen wird mit 71 Mio. Euro um 3,0 % über 2017 erwartet. Weiterhin erforderliche Investitionen, unter anderem in die Digitalisierung, werden 2018 zu erhöhtem Abschreibungsbedarf führen.

Die Hanseatic Bank plant für das Geschäftsjahr 2018 eine weitere Neugeschäftssteigerung im eigenen Kreditgeschäft um 4,0 % auf 612 Mio. Euro. Das Neugeschäftsvolumen in Form von Kreditkarten mit der Möglichkeit einer Ratenkreditaufnahme wird mit 17 Mio. Euro leicht über Vorjahresniveau erwartet. Die Bank fokussiert sich auf die Bereiche Online und Promotion in der Neukartenherauslage. Die zinsrelevanten Kreditkartenumsätze werden 2018 mit 195 Mio.

Euro um 16,4 % höher erwartet. Der Absatz für das EigentümerDarlehen wird mit 400 Mio. Euro leicht unter dem hohen Volumen aus 2017 prognostiziert. Im Bereich Factoring werden weiterhin nachhaltig stabile Umsätze mit einem Anstieg des Bestands um 8,5 % gegenüber dem Vorjahr auf 1.709 Mio. Euro erwartet. Aus dem ansteigenden Kreditvolumen wird ein steigender Risikovorsorgebedarf auf 81 Mio. Euro prognostiziert. Für die Kreditrisikoquote wird entsprechend eine Verschlechterung auf 2,77 % erwartet.

Insgesamt wird für das kommende Geschäftsjahr ein Ergebnis aus normaler Geschäftstätigkeit geplant, das mit 46 Mio. Euro um 4 Mio. Euro über dem Ergebnis des abgelaufenen Geschäftsjahres liegt. Die Eigenkapitalrentabilität steigt auf 17,3 %. Das Investitions- und Kostenmanagement soll zusammen mit Effizienzsteigerungen im Jahr 2018 zu einer Verbesserung der Cost-Income-Ratio auf 33,4 % führen.

Im Geschäftsjahr 2018 sind Eigenkapitalzuführungen durch Einlagen der Anteilseigner von bis zu 30 Mio. Euro vorgesehen, um das erwartete Wachstum der Risikoaktiva zu unterlegen und insbesondere erhöhte Eigenkapitalanforderungen vorbereitend für 2019 sowie die Folgejahre zu erfüllen. Der Bedarf wird laufend überwacht und die Höhe mit den Anteilseignern abgestimmt.

Die finanziellen Leistungsindikatoren bündeln die vorgestellten Erwartungen an die Ergebnisentwicklung für 2018. Sie dienen in der unterjährigen internen Steuerung regelmäßig als Indikatoren. Für die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren Kundenzufriedenheit und Servicequalität sowie die Produktivität beziehungsweise Fehlzeitenquote wird eine Bestätigung oder leichte Verbesserung gegenüber 2017 erwartet.

Finanzielle Leistungsindikatoren

LEISTUNGSINDIKATOREN	Ist 2017	Plan 2018
Gewinn v. Ertragsteuern (Mio. Euro)	42,7	46,4
Eigenkapitalrentabilität (%)	16,9	17,3
Kreditrisikoquote (%)	2,63	2,77
Cost-Income-Ratio (%)	36,1	33,4

Für das anschließende Geschäftsjahr 2019 sollte sich der Trend fortsetzen und die Neugeschäftspolitik der Bank weiter wachsend gestaltet werden. Ein weiterer Aufbau des eigenen Kreditgeschäfts sowie Investitionen in Digitalisierung und Systeme zum Kundenbeziehungsmanagement werden zu erhöhten Produktionskosten führen, jedoch unterproportional zum Ertragswachstum.

Für das Kreditgeschäft wird längerfristig, trotz der aktuell

wirtschaftlich guten Rahmenbedingungen, eine leicht steigende Risikovorsorge erwartet. Es kann nach wie vor damit gerechnet werden, dass die Zahlungsfähigkeit der Privatkunden nicht wesentlich abnehmen wird.

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. Aspekte der Nachhaltigkeit, wie die Investitionen in die weitere Verbesserung des Risikomanagementsystems (u. a. Weiterentwicklung der Monitoring- und Scoringsysteme) sowie eine regelmäßige Erhebung und Überwachung der Kundenzufriedenheit, werden fortgesetzt. Der Ausbau der Geschäftsaktivitäten im Konsumentenfinanzierungsgeschäft zur Sicherung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Bank wird laufend weiterentwickelt und mit einer effizienten Abwicklung begleitet. Die Hanseatic Bank wird ihre strategischen Ziele konsequent mit striktem Risikomanagement verfolgen und vor dem Hintergrund ihrer Risikotragfähigkeit gestalten.

Chancenbericht

Aufgrund der guten Marktpositionierung und der intensivierten Kundenausrichtung bietet sich für die Hanseatic Bank die Chance, das Wachstum über die Erwartungen im Geschäftsjahr 2018 hinaus weiter zu steigern. Standardisierte Prozesse und erfahrene sowie zufriedene Vertriebspartner können die Erträge erhöhen sowie den Eintritt von Mitbewerbern wirksam einschränken. Das überproportionale Wachstum im Bereich E-Commerce führt zu zusätzlichem Volumen im Forderungsankauf von den Distanzhändlern Otto und Schwab.

Die weiteren Investitionen in geeignete IT-Anwendungen sowie neue prozessuale Lösungen führen zu effizienteren Prozessen und damit geringeren Aufwendungen. Weiterentwicklungen im Bereich Internet-Banking steigern die Zufriedenheit der Partner und Kunden. Die geeignete Zusammenarbeit mit FinTechs eröffnet neue Potenziale ebenso wie der innovative Einsatz der Digitalisierung.

Unterstützt durch ein positives Marktumfeld mit geringer Arbeitslosigkeit und hoher Beschäftigung sowie intelligenter Risikosysteme, kann der Wertberichtigungsbedarf nachhaltig reduziert werden.

Das Übertreffen der anspruchsvollen Ziele und Erwartungen für 2018 sowie für die Folgejahre bedeutet auch, dass regulatorische Anforderungen und insbesondere der Eigenkapitalbedarf keinen Engpass auf dem Wachstumspfad darstellen.

Hamburg, 27. März 2018

Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH,
Hamburg, Geschäftsführung



Michel Billon



Detlef Zell

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2017

AKTIVSEITE	31.12.2017, EUR	31.12.2016, EUR
01. Barreserve		
a. Kassenbestand	99.060,60	123.855,72
b. Guthaben bei Zentralnotenbanken	18.044.582,25	16.019.185,08
darunter: bei der Deutschen Bundesbank	18.044.582,25	16.019.185,08
	18.143.642,85	
02. Forderungen an Kreditinstitute		
a. täglich fällig	6.303,02	27.624,46
	6.303,02	
03. Forderungen an Kunden	2.622.844.845,26	2.352.702.903,31
darunter: durch Grundpfandrechte gesichert	0	0
04. Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere		
a. Anleihen und Schuldverschreibungen		
aa. von öffentlichen Emittenten	203.332.264,34	205.137.610,34
darunter: beleihbar bei der Deutschen Bundesbank	203.332.264,34	205.137.610,34
	203.332.264,34	
05. Aktien und andere nicht festverzinsliche Wertpapiere	7.349,40	784.327,49
06. Anteile an verbundenen Unternehmen	183.250,65	183.250,65
07. Immaterielle Anlagewerte		
a. entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	2.419.777,77	2.853.054,80
08. Sachanlagen	4.535.645,80	4.815.195,00
09. Sonstige Vermögensgegenstände	5.373.152,91	3.064.945,06
10. Rechnungsabgrenzungsposten	2.144.149,92	2.708.795,04
SUMME DER AKTIVA	2.858.990.381,92	2.588.420.746,95

PASSIVSEITE	31.12.2017, EUR	31.12.2016, EUR
01. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
a. täglich fällig	9.030.062,72	12.011.469,36
b. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	493.267.404,86	354.006.202,35
	502.297.467,58	
02. Verbindlichkeiten gegenüber Kunden		
a. Spareinlagen		
aa. mit vereinbarter Kündigungsfrist von drei Monaten	771.277.687,22	723.352.588,68
ab. mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als drei Monaten	3.876.481,25	3.732.588,41
	775.154.168,47	
b. andere Verbindlichkeiten		
ba. täglich fällig	414.945.304,52	421.750.888,77
bb. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	763.714.270,62	700.564.363,94
	1.178.659.575,14	
	1.953.813.743,61	
03. Sonstige Verbindlichkeiten	7.175.556,91	5.114.807,19
04. Rechnungsabgrenzungsposten	66.687.722,01	56.852.407,15
05. Rückstellungen		
a. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	7.380.877,00	6.151.183,00
b. Steuerrückstellungen	2.389.679,15	1.862.460,00
c. andere Rückstellungen	10.492.071,22	9.519.164,27
	20.262.627,37	
06. Fonds für allgemeine Bankrisiken	4.000.000,00	0,00
07. Eigenkapital		
a. gezeichnetes Kapital	83.950.000,00	83.950.000,00
b. Kapitalrücklage	166.224.162,38	150.224.162,38
c. Gewinnrücklagen		
ca. Rücklage für Anteile an einem herrschenden oder mehrheitlich beteiligten Unternehmen	100.000,00	100.000,00
cb. andere Gewinnrücklagen	18.296.837,62	18.296.837,62
	18.396.837,62	
d. Bilanzgewinn	36.182.264,44	40.931.623,83
	304.753.264,44	
SUMME DER PASSIVA	2.858.990.381,92	2.588.420.746,95
01. Eventualverbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften und Gewährleistungsverträgen	19.104,76	20.874,76
02. Andere Verpflichtungen		
Unwiderrufliche Kreditzusagen	7.747.729,89	86.951.513,32

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2017

	EUR	2017 EUR	2016 TEUR
01. Zinserträge aus			
a. Kredit- und Geldmarktgeschäften	191.142.149,27		171.895.998,33
b. festverzinslichen Wertpapieren und Schuldbuchforderungen	3.344.522,67		3.616.675,06
	194.486.671,94		
02. Zinsaufwendungen	21.807.280,45	172.679.391,49	24.385.857,02
03. Laufende Erträge aus			
a. Aktien und anderen nicht festverzinslichen Wertpapieren		4.109,51	1.814,76
04. Erträge aus Gewinngemeinschaften, Gewinnabführungs- oder Teilgewinnabführungsverträgen		744.817,10	478.966,81
05. Provisionserträge	21.955.957,30		20.154.032,15
06. Provisionsaufwendungen	17.619.495,32	4.336.461,98	20.519.866,61
07. Sonstige betriebliche Erträge		7.055.640,00	8.101.855,50
08. Allgemeine Verwaltungsaufwendungen			
a. Personalaufwand			
aa. Löhne und Gehälter	14.226.130,84		12.946.932,77
ab. Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	3.664.945,01		2.532.789,49
darunter: für Altersversorgung	1.124.892,32		247.020,60
	17.891.075,85		
b. andere Verwaltungsaufwendungen	48.840.317,32	66.731.393,17	45.922.245,11
09. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf immaterielle Anlagewerte und Sachanlagen		2.040.886,60	1.884.670,46
10. Sonstige betriebliche Aufwendungen		51.005,85	184.516,78
11. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Forderungen und bestimmte Wertpapiere sowie Zuführungen zu Rückstellungen im Kreditgeschäft		69.196.851,50	54.109.310,81
12. Erträge und Zuschreibungen zu Forderungen und bestimmten Wertpapieren sowie aus der Auflösung von Rückstellungen im Kreditgeschäft		95.000,00	136.400,00
13. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Beteiligungen, Anteile an verbundenen Unternehmen und wie Anlagevermögen behandelte Wertpapiere		501.720,71	338.944,58
14. Erträge aus der Zuschreibung zu Beteiligungen, Anteile an verbundenen Unternehmen und wie Anlagevermögen behandelte Wertpapiere		281.315,55	4.833.040,88
15. Zuführung zum Fonds für allgemeine Bankrisiken		4.000.000,00	0,00
16. Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit		42.674.877,80	46.393.649,86
17. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	6.533.685,15		5.474.364,13
18. Sonstige Steuern, soweit nicht unter Posten 10 ausgewiesen	-41.071,79	6.492.613,36	-12.338,10
19. Jahresüberschuss		36.182.264,44	40.931.623,83
20. Bilanzgewinn		36.182.264,44	40.931.623,83

Anhang für das Geschäftsjahr 2017

Rechtsgrundlage

Die Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg, ist unter der Nummer HRA 68192 im Handelsregister Hamburg eingetragen. Die Bank hat den Jahresabschluss unter Beachtung der Vorschriften der Rechnungslegung für Kreditinstitute (§ 340 ff. HGB) und unter Beachtung der Verordnung über die Rechnungslegung für Kreditinstitute (RechKredV) aufgestellt.

Der Anteil von 75 %, den bisher die SG Consumer Finance S. A., Paris, hielt, ist 2017 an die SG Financial Services S.A.S, Paris, übergegangen. Die oberste Mutter beider Gesellschaften ist die Société Générale S. A., Paris. Die Otto (GmbH & Co KG), Hamburg, hält weiterhin 25 %. Die Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH dient als Komplementär-GmbH, hält jedoch kein Kapital.

Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden

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

Die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden sind gegenüber dem Vorjahr unverändert.

Guthaben bei der Bundesbank

Das Bundesbankguthaben wird zum Nominalbetrag ausgewiesen.

Forderungen an Kreditinstitute

Die Forderungen an Kreditinstitute werden zum Nominalbetrag ausgewiesen.

Forderungen an Kunden

Die Forderungen an Kunden bestehen aus Forderungen aus dem Tilgungskreditgeschäft (eigenes Ratenkreditgeschäft), dem Kreditkartengeschäft sowie aus dem Forderungsankauf von Ratenforderungen von der Otto (GmbH & Co KG), Hamburg, und der Schwab Versand GmbH, Hanau (Factoring-Forderungen).

Ratenkreditgeschäft

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 pauschalierten 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.

Factoring-Forderungen

Die Factoring-Forderungen werden brutto einschließlich der Zinsaufschläge ausgewiesen. Es werden pauschalierte 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.

Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere

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.

Wertpapiere des Anlagevermögens

In dem ausgewiesenen Bestand befinden sich nur börsenfähige und börsennotierte Wertpapiere, die nach dem gemilderten Niederstwertprinzip bewertet und einschließlich der

anteiligen Stückzinsen ausgewiesen werden. Die Anschaffungskosten der über Pari erworbenen Wertpapiere werden durch Abschreibungen, die anteilig über die Restlaufzeit dieser Wertpapiere verteilt werden, reduziert.

Aktien und andere nicht festverzinsliche Wertpapiere

Die im Bestand befindlichen Aktien sind börsenfähige und nicht börsennotierte Papiere, die nach dem gemilderten Niederstwertprinzip bewertet werden.

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 abgezinsten 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 3,68 % im Sinne der RückAbzinsV zugrunde gelegt. Als Gehaltssteigerungen wurden 2,00 % angenommen, als Rentensteigerung 1,75 %. Bezüglich der Fluktuation wurden unternehmenseigene Fluktuationstabellen herangezogen.

Die Durchschnittsbetrachtung für die Bewertung der Pensionsrückstellungen wurde aufgrund der Neuregelung der Vorgaben für den handelsrechtlichen Rechnungszins im letzten Jahr von sieben auf zehn Jahre angepasst. Der Unterschiedsbetrag nach § 253 Abs. 6 S. 1 HGB beträgt zum 31.12.2017 997 TEuro.

Andere Rückstellungen

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

Die Aufzinsung der im Vorjahr abgezinnten Rückstellungen erfolgt mit dem im Vorjahr verwendeten Abzinsungszinssatz. Diese Zinsaufwendungen sowie der Erfolg an Änderungen der Abzinsungzinssätze 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.

Derivate und Verlustfreiheit des Bankbuchs

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

Am Bilanzstichtag bestanden 17 Zinsswaps mit einem Nominalvolumen von insgesamt 132.000 TEuro, die zum Stichtag folgende Marktwerte aufweisen:

	Nominalvolumen	Marktwert
Zinsswaps mit positiven Marktwerten	64.000	374
Zinsswaps mit negativen Marktwerten	68.000	853
Gesamt	132.000	-479

Für die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente kommt eine Mark-to-Model (MtM)-Bewertung auf Grundlage von Informationen beziehungsweise Modellen zum Einsatz, welche von dem Mutterkonzern Société Générale durchgeführt und als zuverlässig angesehen werden.

Angaben zur Erläuterung der Bilanz

Anlagevermögen

	ANSCHAFFUNGSKOSTEN				ABSCHREIBUNGEN			BUCHWERTE		
	Stand am 01.01.2017 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	Stand am 31.12.2017 TEUR	Stand am 01.01.2017 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	Stand am 31.12.2017 TEUR	Stand am 31.12.2016 TEUR	Stand am 31.12.2017 TEUR
Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere des Anlagevermögens	162.381	9.785	10.870	161.296	1.220	502	0	1.722	161.161	159.574
Aktien	784	0	777	7	0	0	0	0	784	7
Anteile an verbundenen Unternehmen	183	0	0	183	0	0	0	0	183	183
Immaterielle Anlagewerte	15.958	2.690	2.227	16.421	13.105	991	95	14.001	2.853	2.420
Sachanlagen (Betriebs- und Geschäftsausstattung)	12.268	771	293	12.746	7.453	1.050	292	8.211	4.815	4.535
	191.574	13.246	14.167	190.653	21.778	2.543	387	23.934	169.796	166.719

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	718.998	750.460	1.080.756	72.631	2.622.845
<i>davon Forderungen mit unbestimmter Laufzeit</i>	249.533				

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

Finanzanlagen

Wertpapiere des Anlagevermögens

Die in Höhe von 161.426 TEuro (i. Vj. 163.227 TEuro) im Anlagevermögen ausgewiesenen festverzinslichen Wertpapiere sind einschließlich anteiliger Zinsen ausgewiesen. In den festverzinslichen Wertpapieren sind stille Reserven zum Bilanzstichtag in Höhe von 8.027 TEuro (i. Vj. 12.206 TEuro) enthalten. Der beizulegende Wert der festverzinslichen Wertpapiere wurde anhand von Börsenkursen ermittelt und beträgt 167.601 TEuro (i. Vj. 173.367 TEuro), der Buchwert beträgt 159.574 TEuro (i. Vj. 161.161 TEuro).

Von dem ausgewiesenen Bestand werden im auf den Bilanzstichtag folgenden Jahr 1.852 TEuro Zinsen (i. Vj. 2.066 TEuro) und ein Wertpapier mit einem Nominalwert von 7.500 TEuro fällig.

Die Visa Inc. Vorzugsaktien der Klasse C aus dem Anlagevermögen wurden im Geschäftsjahr 2017 veräußert. Die Vorzugsaktien der Klasse A sind weiterhin unverändert im Bestand. Somit sind zum Bilanzierungstichtag Aktien in Höhe von 7 TEuro (i. Vj. 784 TEuro) ausgewiesen.

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 2017 einen Jahresüberschuss in Höhe von 14 TEuro (i. Vj. 135 TEuro). Zum anderen besteht ein 100%iger Anteil an der HSCE Hanseatic Service Center GmbH, Hamburg, in Höhe von 83 TEuro. Der Jahresüberschuss aus 2017 in Höhe von 745 TEuro (i. Vj. 479 TEuro) wird über den Ergebnisabführungsvertrag in der Gewinn- und Verlustrechnung der Bank ausgewiesen. Die Anteile an den verbundenen Unternehmen stellen keine börsenfähigen Wertpapiere dar.

Wertpapiere des Umlaufvermögens

Die festverzinslichen Wertpapiere des Umlaufvermögens in Höhe von 41.906 TEuro (i. Vj. 41.911 TEuro) werden als Liquiditätsreserve gehalten. Der Ausweis erfolgt einschließlich anteiliger Zinsen. In den festverzinslichen Wertpapieren sind stille Reserven zum Bilanzstichtag in Höhe von 1.289 TEuro (i. Vj. 2.104 TEuro) enthalten. Der beizulegende Wert der festverzinslichen Wertpapiere wurde anhand von Börsenkursen ermittelt und beträgt 42.943 TEuro (i. Vj. 43.758 TEuro), der Buchwert beträgt 41.654 TEuro (i. Vj. 41.654 TEuro).

Von dem ausgewiesenen Bestand werden im auf den Bilanzstichtag folgenden Jahr 253 TEuro Zinsen (i. Vj. 257 TEuro) fällig.

Sachanlagen

Der Gesamtbetrag der Betriebs- und Geschäftsausstattung beläuft sich auf 4.535 TEuro (i. Vj. 4.815 TEuro).

Sonstige Vermögensgegenstände

Die sonstigen Vermögensgegenstände bestehen im Wesentlichen aus Forderungen gegen Versicherungen für Provisionen für das Jahr 2017 in Höhe von 2.603 TEuro (i. Vj. 2.140 TEuro).

Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen und Gesellschaftern

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind unverbriefte Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 502.297 TEuro (i. Vj. 366.018 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 11.598 TEuro (i. Vj. 9.003 TEuro) enthalten, von denen 6.496 TEuro (i. Vj. 5.281 TEuro) gegenüber Gesellschaftern bestehen.

Sonstige Verbindlichkeiten

In den sonstigen Verbindlichkeiten sind mit 785 TEuro (i. Vj. 686 TEuro) noch abzuführende Steuern aus den Gehaltsabrechnungen November und Dezember 2017 enthalten. In Höhe von 934 TEuro (i. Vj. 883 TEuro) bestehen Verbindlichkeiten gegenüber Versicherungen. Weitere Verbindlichkeiten bestehen in Höhe von 2.966 TEuro (i. Vj. 2.865 TEuro) gegenüber dem Finanzamt für Kapitalertrag- und Umsatzsteuer aus Dezember 2017.

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	-233	40.000	453.500	0	493.267
Verbindlichkeiten gegenüber Kunden					
a. Spareinlagen					
ab. mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als drei Monaten	226	131	2.369	1.150	3.876
b. andere Verbindlichkeiten					
bb. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	77.410	226.228	444.351	15.725	763.714

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

Fremdwährungsschulden/Fremdwährungsvermögen

Die im Vorjahr unter der Position Wertpapiere des Anlagevermögens ausgewiesenen Vorzugsaktien der Klasse C von Visa Inc. wurden verkauft. Es befinden sich keine Fremdwährungspositionen im Bestand.

Passive Rechnungsabgrenzung

Die passive Rechnungsabgrenzung beinhaltet 65.887 TEuro (i. Vj. 55.755 TEuro) für Ratenaufschläge aus dem Factoring-Geschäft, 675 TEuro (i. Vj. 943 TEuro) für Bearbeitungsgebühren und 126 TEuro (i. Vj. 155 TEuro) für Zinssubventionen. Diese werden linear laufzeitanteilig aufgelöst.

Andere Rückstellungen

Die anderen Rückstellungen betreffen vorwiegend Rückstellungen für die Zahlung einer Management Fee in Höhe von 3.223 TEuro (i. Vj. 2.975 TEuro) sowie für Provisionszahlungen an Vertriebspartner in Höhe von 1.814 TEuro (i. Vj. 1.756 TEuro). Weitere Rückstellungen wurden für Prämien, Urlaubsansprüche und Überstunden in Höhe von 1.192 TEuro (i. Vj. 1.066 TEuro) gebildet. Darüber hinaus beinhalten die Rückstellungen EDV-Kosten in Höhe von 766 TEuro (i. Vj. 467

TEuro) sowie Leistungen im Bereich des Marketings von 637 TEuro (i. Vj. 444). Für Prüfungskosten wurden 226 TEuro (i. Vj. 344 TEuro) zurückgestellt. Die restlichen 2.776 TEuro (i. Vj. 2.467 TEuro) betreffen diverse Kostenrechnungen und Personalaufwendungen.

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.

Fonds für allgemeine Bankrisiken

2017 wurde erstmals ein Fonds für allgemeine Bankrisiken gebildet. Der Betrag beläuft sich auf 4.000 TEuro.

Eigenkapital

Die Kapitalrücklage wurde durch eine Kapitalmaßnahme um 16.000 TEuro auf 166.224 TEuro erhöht. Die Einzahlung erfolgte im Verhältnis der Gesellschafteranteile.

Sonstige Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und andere Verpflichtungen

Es bestehen unwiderrufliche Kreditzusagen in Höhe von 7.748 TEuro (i. Vj. 86.952 TEuro). Diese resultieren größtenteils aus offenen Ankaufszusagen im Factoring-Geschäft gegenüber der Otto (GmbH & Co KG) und der Schwab Versand GmbH. Eine zumindest teilweise Inanspruchnahme der Ankaufszusagen ist aufgrund der steigenden Umsätze höchst wahrscheinlich. Außerdem bestehen Eventualverbindlichkeiten aus Mietbürgschaften in Höhe von 19 TEuro (i. Vj. 21 TEuro).

Angaben zur Erläuterung der Gewinn- und Verlustrechnung**Zinsergebnis**

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

	2017 TEUR	Vorjahr TEUR
Zinserträge aus Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft	108.970	98.874
Zinserträge aus dem Factoring-Geschäft	81.473	72.161
Übrige Zinserträge	4.058	4.485
Negative Zinsen auf finanzielle Vermögensgegenstände	-14	-7
Zinsaufwand für Kredite von Kreditinstituten	-420	-432
Positive Zinsen auf finanzielle Verbindlichkeiten	1.864	938
Zinsaufwand für Kundeneinlagen	-23.252	-24.892
	172.679	151.127

Provisionsergebnis

Das Provisionsergebnis setzt sich aus folgenden Positionen zusammen:

	2017 TEUR	Vorjahr TEUR
Provisionserträge aus dem Versicherungsgeschäft	13.228	11.676
Provisionserträge aus dem Kreditkartengeschäft	5.509	5.170
Provisionserträge aus dem Ratenkreditgeschäft	1.560	1.609
Provisionserträge aus dem Zahlungsverkehr	1.521	1.539
Übrige Provisionserträge	138	159
Provisionsaufwand für Kreditvermittlung	-17.313	-20.263
Übriger Provisionsaufwand	-307	-256
	4.336	-366

Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2017 TEUR	Vorjahr TEUR
Erträge aus Leistungsverrechnung mit Konzernfirmen	6.017	5.403
Auflösung von übrigen Rückstellungen	434	2.129
Übrige Erträge	605	570
	7.056	8.102

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 Kostenerstattungen für Vorjahre in Höhe von 207 TEuro (i. Vj. 150 TEuro).

Allgemeine Verwaltungsaufwendungen

In den sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung sind 243 TEuro (i. Vj. 237 TEuro) Zinsen für die Zuführung zu den Pensionsrückstellungen und 18 TEuro (i. Vj. 19 TEuro) Zinsen für die Zuführung von sonstigen Personalrückstellungen enthalten.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind im Wesentlichen 23 TEuro (i. Vj. 2 TEuro) für Kulanzerstattungen und Rückzahlungen nach Kontoschließung sowie 15 TEuro (i. Vj. 15 TEuro) aus Spendenaufwendungen enthalten.

Steuern vom Einkommen und Ertrag

In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind ausschließlich Aufwendungen für Gewerbesteuern für das Jahr 2017 enthalten.

Sonstige Steuern

Die sonstigen Steuern betreffen Erstattungen für Umsatzsteuer für das Jahr 2015.

Sonstige Angaben**Honorar des Abschlussprüfers**

Das im Geschäftsjahr erfasste Gesamthonorar des Abschlussprüfers beträgt für die Abschlussprüfungsleistungen 450 TEuro (i. Vj. 296 TEuro), von denen sich 41 TEuro noch auf die Prüfung des Vorjahresabschlusses beziehen. Honorare für sonstige Leistungen sind 2017 nicht angefallen (i. Vj. 32 TEuro). Von den Abschlussprüfungsleistungen entfallen 102 TEuro auf die Zuführung der Rückstellung für die Prüfung des Jahresabschlusses.

Geschäfte mit verbundenen Unternehmen

Geschäfte mit nahestehenden Unternehmen und Personen zu nicht marktüblichen Konditionen wurden nicht abgeschlossen.

Gewinnverwendungsvorschlag

Die Geschäftsführung schlägt vor, den Jahresüberschuss in Höhe von 36.182.264,44 Euro wie folgt zu verwenden:

	EUR
Steuerausgleich an SG Financial Services Holding S.A.S., Paris	1.186.862,43
Ausschüttung an	
– Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg	15.000,00
– Otto (GmbH & Co KG), Hamburg	8.745.100,50
– SG Financial Services Holding S.A.S., Paris, Frankreich	26.235.301,51
Insgesamt	36.182.264,44

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)
Leiter Business Unit Europe, Société Générale S.A.

Dr. Hermann Frohnhaus, Hamburg
Sprecher der Geschäftsführung, Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH

Eric Delarue, Asnières-sur-Seine (Frankreich)
Stellv. Leiter Business Unit Europe, Société Générale S.A.

Boris Jendruschewitz, Ammersbek
Direktor Konzern-Finanzen, Otto (GmbH & Co KG)

Kai Havekost, Hamburg
Bereichsleiter Konzern-Finanzsteuerung, Otto (GmbH & Co KG)

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 Institutsvergütungsverordnung werden auf der Internetseite der Bank veröffentlicht.

Zum Stichtag besteht ein Kredit gegenüber einem Organmitglied der Geschäftsführung in Höhe von 0 TEuro (i. Vj. 6 TEuro).

Arbeitnehmer

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

	2017	2016
Kaufm. Angestellte	226	208
davon Vollzeitkräfte	185	170
davon Teilzeitkräfte	41	38

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 gezeichneten 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: 4 für die Hauptverwaltung sowie 14 für die Kredit- und Finanzberatungen. Die Mietverpflichtungen betragen 7.777 TEuro bei einer maximalen Restlaufzeit von ca. 9 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	0	10	7	1	18
Mietverpflichtungen	365	1.070	4.173	2.169	7.777

Leasingverträge

Es bestehen Leasingverträge für 52 Pkw mit Verpflichtungen in Höhe von 678 TEuro bei einer maximalen Restlaufzeit von ca. 39 Monaten. Weitere Leasingverträge bestehen für Hardware mit Verpflichtungen in Höhe von 349 TEuro bei einer maximalen Restlaufzeit zum Bilanzstichtag von ca. 33 Monaten und für Software in Höhe von 1.560 TEuro mit einer maximalen Restlaufzeit von ca. 11 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	5	12	35	0	52
Leasingverpflichtungen Kfz	84	210	384	0	678
Anzahl Verträge IT	1	4	7	0	12
Leasingverpflichtungen IT	481	1.273	155	0	1.909

Nachtragsbericht

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag liegen nicht vor.

Hamburg, 27. März 2018

Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg
Geschäftsführung



Michel Billon



Detlef Zell

Bestätigungsvermerk des unabhängigen Abschlussprüfers

An die Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg

Vermerk über die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Prüfungsurteile

Wir haben den Jahresabschluss der Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg, – bestehend aus der Bilanz zum 31. Dezember 2017 und der Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 sowie dem Anhang, einschließlich der Darstellung der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden – geprüft. Darüber hinaus haben wir den Lagebericht der Hanseatic Bank GmbH & Co KG für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 geprüft.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse

- entspricht der beigefügte Jahresabschluss in allen wesentlichen Belangen den deutschen, für Institute geltenden handelsrechtlichen Vorschriften und vermittelt unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens- und Finanzlage der Gesellschaft zum 31. Dezember 2017 sowie ihrer Ertragslage für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis 31. Dezember 2017 und
- vermittelt der beigefügte Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft. In allen wesentlichen Belangen steht dieser Lagebericht in Einklang mit dem Jahresabschluss, entspricht den deutschen gesetzlichen Vorschriften und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Gemäß § 322 Abs. 3 Satz 1 HGB erklären wir, dass unsere Prüfung zu keinen Einwendungen gegen die Ordnungsmäßigkeit des Jahresabschlusses und des Lageberichts geführt hat.

Grundlage für die Prüfungsurteile

Wir haben unsere Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-Abschlussprüferverordnung (Nr. 537/2014; im Folgenden "EU-APrVO") unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführt. Unsere Verantwortung nach diesen Vorschriften und Grundsätzen ist im Abschnitt "Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts" unseres Bestätigungsvermerks weitergehend beschrieben. Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Überein-

stimmung mit den europarechtlichen sowie den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und haben unsere sonstigen deutschen Berufspflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Darüber hinaus erklären wir gemäß Artikel 10 Abs. 2 Buchst. f) EU-APrVO, dass wir keine verbotenen Nichtprüfungsleistungen nach Artikel 5 Abs. 1 EU-APrVO erbracht haben. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht zu dienen.

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte in der Prüfung des Jahresabschlusses

Besonders wichtige Prüfungssachverhalte sind solche Sachverhalte, die nach unserem pflichtgemäßen Ermessen am bedeutsamsten in unserer Prüfung des Jahresabschlusses für das Geschäftsjahr vom 1. Januar 2017 bis zum 31. Dezember 2017 waren. Diese Sachverhalte wurden im Zusammenhang mit unserer Prüfung des Jahresabschlusses als Ganzem und bei der Bildung unseres Prüfungsurteils hierzu berücksichtigt; wir geben kein gesondertes Prüfungsurteil zu diesen Sachverhalten ab.

Nachfolgend beschreiben wir die aus unserer Sicht besonders wichtigen Prüfungssachverhalte:

Bewertung von Forderungen an Kunden aus dem Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Die Bewertung von Forderungen an Kunden aus dem Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft und die damit zusammenhängende Einschätzung der Wertberichtigungen auf diese Forderungen ist ein wesentlicher Bereich, in dem das Management Ermessensentscheidungen trifft. Die gebildeten Wertberichtigungen basieren auf mathematischen Modellen zur Ermittlung der Wahrscheinlichkeit von künftig erwarteten Ausfällen von Gruppen von Kreditnehmern mit gleichartigen Ausfallmerkmalen (pauschalierte Einzelwertberichtigung).

Die Ermessensentscheidungen im Rahmen der Ermittlung der Wertberichtigungen umfassen im Besonderen die in dem Modell verwendeten Schätzparameter. Vor dem Hintergrund der hohen Bedeutung der Forderungen an Kunden aus dem Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft für die Vermögens- und Ertragslage der Hanseatic Bank verbunden mit den Ermessensentscheidungen wurde die Bewertung der Forderungen an Kunden aus dem Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt festgelegt.

Prüferisches Vorgehen

Wir haben die Konzeption des internen Kontrollsystems in Bezug auf den Prozess zur Bildung von Wertberichtigungen im Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft nachvollzogen. Die im Rahmen dieses Prozesses implementierten Kontrollen haben wir hinsichtlich ihrer Wirksamkeit betreffend der korrekten Ermittlung der Wertberichtigungen getestet. Darüber hinaus haben wir die damit verbundenen unterstützenden Prozesse, beispielsweise zum Genehmigungsverfahren der Kredite und die Mahnstufenzuordnung untersucht und die im Rahmen dieser Prozesse implementierten Kontrollen hinsichtlich ihrer Wirksamkeit betreffend der Kreditwürdigkeitsprüfung, der Einhaltung der Kompetenzregelungen sowie der korrekten Zuordnung der Mahnstufen beurteilt.

Wir haben die in das angewendete Modell einfließenden Schätzparameter Ausfallwahrscheinlichkeit und Ausfallquote auf Grundlage von historischen Daten nachvollzogen.

Die Höhe der Wertberichtigungen wurde auf Einzelkontenebene anhand der relevanten Daten zum Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft aus dem juristischen System der Hanseatic Bank unter Anwendung der von der Hanseatic Bank ermittelten Ausfallwahrscheinlichkeiten und Ausfallquoten zum Stichtag 31. Dezember 2017 mittels eigener Berechnungen nachvollzogen.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich keine Einwendungen hinsichtlich der Bewertung der Forderungen an Kunden aus dem Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Die Angaben der Gesellschaft zur Bewertung von Forderungen an Kunden aus dem Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft sind im Abschnitt "Forderungen an Kunden", Unterabschnitt "Ratenkreditgeschäft" und "Kreditkartengeschäft" in den Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen im Anhang enthalten.

Bewertung von Forderungen an Kunden aus dem Factoringgeschäft

Gründe für die Bestimmung als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt

Die Bewertung von Forderungen an Kunden aus dem Factoringgeschäft und die damit zusammenhängende Einschätzung der Wertberichtigungen auf diese Forderungen ist ein wesentlicher Bereich, in dem das Management Ermessensentscheidungen trifft. Die gebildeten Wertberichtigungen basieren auf mathematischen Modellen zur Ermittlung der Wahrscheinlichkeit von künftig erwarteten Ausfällen von Gruppen von Kreditnehmern mit gleichartigen Ausfallmerkmalen (pauschalierte Einzelwertberichtigung). Wesentliche Daten, wie beispielsweise Forderungsbetrag und Mahnstufe, werden der Hanseatic Bank vom Forderungsverkäufer zur Verfügung gestellt, da dieser weiterhin für

das Forderungsmanagement zuständig ist.

Die Ermessensentscheidungen im Rahmen der Ermittlung der Risikoversorge umfassen im Besonderen den in dem Modell verwendeten Schätzparameter Ausfallwahrscheinlichkeit. Die Ausfallverlustquoten im Bereich des Factoringgeschäfts sind aufgrund der Abgabe an ein Inkassounternehmen vertraglich festgelegt. Vor dem Hintergrund der hohen Bedeutung der Forderungen an Kunden aus dem Factoringgeschäft für die Vermögens- und Ertragslage der Hanseatic Bank verbunden mit den Ermessensentscheidungen zu dem verwendeten Schätzparameter Ausfallwahrscheinlichkeit wurde die Bewertung der Forderungen an Kunden aus dem Factoringgeschäft als besonders wichtiger Prüfungssachverhalt festgelegt.

Prüferisches Vorgehen

Wir haben die Konzeption des internen Kontrollsystems in Bezug auf den Prozess zur Bildung von Wertberichtigungen im Factoringgeschäft nachvollzogen. Die im Rahmen dieses Prozesses implementierten Kontrollen haben wir hinsichtlich ihrer Wirksamkeit betreffend der korrekten Ermittlung der Wertberichtigungen getestet. Den korrekten Datenübertrag von Nominalbetrag und Mahnstufe vom Forderungsverkäufer in die Systeme der Hanseatic Bank haben wir im Rahmen von Stichprobenprüfungen beurteilt. Zur Sicherstellung der Richtigkeit jener Daten haben wir die Arbeit eines externen Prüfers verwertet.

Die Ermittlung des Schätzwertes der Ausfallwahrscheinlichkeit haben wir auf Grundlage von historischen Daten rechnerisch nachvollzogen. Die Ermittlung der Einzelwertberichtigungssätze je Mahnstufe und die daraus abgeleitete Höhe der Wertberichtigungen per Stichtag 31. Dezember 2017 wurde von uns rechnerisch nachvollzogen.

Aus unseren Prüfungshandlungen haben sich keine Einwendungen hinsichtlich der Bewertung der Forderungen an Kunden aus dem Factoringgeschäft ergeben.

Verweis auf zugehörige Angaben

Die Angaben der Gesellschaft zur Bewertung von Forderungen an Kunden aus dem Factoringgeschäft sind im Abschnitt "Forderungen an Kunden", Unterabschnitt "Factoringforderungen" in den Bilanzierungs- und Bewertungsgrundlagen im Anhang enthalten.

Sonstige Informationen

Die gesetzlichen Vertreter sind für die sonstigen Informationen verantwortlich.

Die sonstigen Informationen umfassen die folgenden von uns vor dem Datum dieses Bestätigungsvermerks erlangten Abschnitte des Geschäftsberichts 2017: "Hanseatic Bank im Überblick", "Vorwort der Geschäftsführung", "Der Wunsch nach Einfachheit – damals und heute", "Wettbewerbsfaktor Einfachheit – simple Lösungen als Innovationsmotor", "Aufs Wesentliche konzentrieren – der neue Markenauftritt", "Klar-

heit schaffen – Interview mit dem Simplicity-Coach Dr. Michael Hartschen", "Highlights 2017" und "Kennzahlen 2017".

Unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und Lagebericht erstrecken sich nicht auf die sonstigen Informationen, und dementsprechend geben wir weder ein Prüfungsurteil noch irgendeine andere Form von Prüfungsschlussfolgerung hierzu ab.

Im Zusammenhang mit unserer Prüfung haben wir die Verantwortung, die sonstigen Informationen zu lesen und dabei zu würdigen, ob die sonstigen Informationen

- wesentliche Unstimmigkeiten zum Jahresabschluss, Lagebericht oder unseren bei der Prüfung erlangten Kenntnissen aufweisen oder
- anderweitig wesentlich falsch dargestellt erscheinen.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter und des Beirats für den Jahresabschluss und den Lagebericht

Die gesetzlichen Vertreter sind verantwortlich für die Aufstellung des Jahresabschlusses, der den deutschen, für Institute geltenden handelsrechtlichen Vorschriften in allen wesentlichen Belangen entspricht, und dafür, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie in Übereinstimmung mit den deutschen Grundsätzen ordnungsmäßiger Buchführung als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Jahresabschlusses zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Bei der Aufstellung des Jahresabschlusses sind die gesetzlichen Vertreter dafür verantwortlich, die Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu beurteilen. Des Weiteren haben sie die Verantwortung, Sachverhalte in Zusammenhang mit der Fortführung der Unternehmenstätigkeit, sofern einschlägig, anzugeben. Darüber hinaus sind sie dafür verantwortlich, auf der Grundlage des Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit zu bilanzieren, sofern dem nicht tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen.

Außerdem sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Aufstellung des Lageberichts, der insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die Vorkehrungen und Maßnahmen (Systeme), die sie als notwendig erachtet haben, um die Aufstellung eines Lageberichts in Übereinstimmung mit den anzuwendenden deutschen gesetzlichen Vorschriften zu er-

möglichen und um ausreichende geeignete Nachweise für die Aussagen im Lagebericht erbringen zu können.

Der Beirat ist verantwortlich für die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses der Gesellschaft zur Aufstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts.

Verantwortung des Abschlussprüfers für die Prüfung des Jahresabschlusses und des Lageberichts

Unsere Zielsetzung ist, hinreichende Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Jahresabschluss als Ganzes frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist, und ob der Lagebericht insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft vermittelt sowie in allen wesentlichen Belangen mit dem Jahresabschluss sowie mit den bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnissen in Einklang steht, den deutschen gesetzlichen Vorschriften entspricht und die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend darstellt, sowie einen Bestätigungsvermerk zu erteilen, der unsere Prüfungsurteile zum Jahresabschluss und zum Lagebericht beinhaltet.

Hinreichende Sicherheit ist ein hohes Maß an Sicherheit, aber keine Garantie dafür, dass eine in Übereinstimmung mit § 317 HGB und der EU-APrVO unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung durchgeführte Prüfung eine wesentliche falsche Darstellung stets aufdeckt. Falsche Darstellungen können aus Verstößen oder Unrichtigkeiten resultieren und werden als wesentlich angesehen, wenn vernünftigerweise erwartet werden könnte, dass sie einzeln oder insgesamt die auf der Grundlage dieses Jahresabschlusses und Lageberichts getroffenen wirtschaftlichen Entscheidungen von Adressaten beeinflussen.

Während der Prüfung üben wir pflichtgemäßes Ermessen aus und bewahren eine kritische Grundhaltung. Darüber hinaus

- identifizieren und beurteilen wir die Risiken wesentlicher – beabsichtigter oder unbeabsichtigter – falscher Darstellungen im Jahresabschluss und im Lagebericht, planen und führen Prüfungshandlungen als Reaktion auf diese Risiken durch sowie erlangen Prüfungsnachweise, die ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Prüfungsurteile zu dienen. Das Risiko, dass wesentliche falsche Darstellungen nicht aufgedeckt werden, ist bei Verstößen höher als bei Unrichtigkeiten, da Verstöße betrügerisches Zusammenwirken, Fälschungen, beabsichtigte Unvollständigkeiten, irreführende Darstellungen bzw. das Außerkraftsetzen interner Kontrollen beinhalten können;
- gewinnen wir ein Verständnis von dem für die Prüfung des Jahresabschlusses relevanten internen Kontrollsystem und den für die Prüfung des Lageberichts relevanten Vorkehrungen und Maßnahmen, um Prüfungshandlungen zu planen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind, jedoch nicht mit dem Ziel, ein Prüfungsurteil zur Wirksamkeit dieser Systeme der Gesellschaft abzugeben;

- beurteilen wir die Angemessenheit der von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsmethoden sowie die Vertretbarkeit der von den gesetzlichen Vertretern dargestellten geschätzten Werte und damit zusammenhängenden Angaben;
- ziehen wir Schlussfolgerungen über die Angemessenheit des von den gesetzlichen Vertretern angewandten Rechnungslegungsgrundsatzes der Fortführung der Unternehmenstätigkeit sowie, auf der Grundlage der erlangten Prüfungsnachweise, ob eine wesentliche Unsicherheit im Zusammenhang mit Ereignissen oder Gegebenheiten besteht, die bedeutsame Zweifel an der Fähigkeit der Gesellschaft zur Fortführung der Unternehmenstätigkeit aufwerfen können. Falls wir zu dem Schluss kommen, dass eine wesentliche Unsicherheit besteht, sind wir verpflichtet, im Bestätigungsvermerk auf die dazugehörigen Angaben im Jahresabschluss und im Lagebericht aufmerksam zu machen oder, falls diese Angaben unangemessen sind, unser jeweiliges Prüfungsurteil zu modifizieren. Wir ziehen unsere Schlussfolgerungen auf der Grundlage der bis zum Datum unseres Bestätigungsvermerks erlangten Prüfungsnachweise. Zukünftige Ereignisse oder Gegebenheiten können jedoch dazu führen, dass die Gesellschaft ihre Unternehmenstätigkeit nicht mehr fortführen kann;
- beurteilen wir die Gesamtdarstellung, den Aufbau und den Inhalt des Jahresabschlusses einschließlich der Angaben sowie ob der Jahresabschluss die zugrunde liegenden Geschäftsvorfälle und Ereignisse so darstellt, dass der Jahresabschluss unter Beachtung der deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft vermittelt;
- beurteilen wir den Einklang des Lageberichts mit dem Jahresabschluss, seine Gesetzesentsprechung und das von ihm vermittelte Bild von der Lage der Gesellschaft;
- führen wir Prüfungshandlungen zu den von den gesetzlichen Vertretern dargestellten zukunftsorientierten Angaben im Lagebericht durch. Auf Basis ausreichender geeigneter Prüfungsnachweise vollziehen wir dabei insbesondere die den zukunftsorientierten Angaben von den gesetzlichen Vertretern zugrunde gelegten bedeutsamen Annahmen nach und beurteilen die sachgerechte Ableitung der zukunftsorientierten Angaben aus diesen Annahmen. Ein eigenständiges Prüfungsurteil zu den zukunftsorientierten Angaben sowie zu den zugrunde liegenden Annahmen geben wir nicht ab. Es besteht ein erhebliches unvermeidbares Risiko, dass künftige Ereignisse wesentlich von den zukunftsorientierten Angaben abweichen.

Wir erörtern mit den für die Überwachung Verantwortlichen unter anderem den geplanten Umfang und die Zeitplanung der Prüfung sowie bedeutsame Prüfungsfeststellungen, einschließlich etwaiger Mängel im internen Kontrollsystem, die wir während unserer Prüfung feststellen.

Wir geben gegenüber den für die Überwachung Verantwortlichen eine Erklärung ab, dass wir die relevanten Unabhängigkeitsanforderungen eingehalten haben, und erörtern mit ihnen alle Beziehungen und sonstigen Sachverhalte, von denen vernünftigerweise angenommen werden kann, dass sie sich auf unsere Unabhängigkeit auswirken, und die hierzu getroffenen Schutzmaßnahmen.

Wir bestimmen von den Sachverhalten, die wir mit den für die Überwachung Verantwortlichen erörtert haben, diejenigen Sachverhalte, die in der Prüfung des Jahresabschlusses für den aktuellen Berichtszeitraum am bedeutsamsten waren und daher die besonders wichtigen Prüfungssachverhalte sind. Wir beschreiben diese Sachverhalte im Bestätigungsvermerk, es sei denn, Gesetze oder andere Rechtsvorschriften schließen die öffentliche Angabe des Sachverhalts aus.

Sonstige gesetzliche und andere rechtliche Anforderungen Übrige Angaben gemäß Artikel 10 EU-APrVO

Wir wurden von der Gesellschafterversammlung am 10. April 2017 als Abschlussprüfer gewählt. Wir wurden am 29. Mai 2017 von der Geschäftsführung beauftragt. Wir sind ununterbrochen seit dem Geschäftsjahr 2015 als Abschlussprüfer der Hanseatic Bank GmbH & Co KG tätig.

Wir erklären, dass die in diesem Bestätigungsvermerk enthaltenen Prüfungsurteile mit dem zusätzlichen Bericht an den Prüfungsausschuss nach Artikel 11 EU-APrVO (Prüfungsbericht) in Einklang stehen.

Wir haben folgende Leistungen, die nicht im Jahresabschluss oder im Lagebericht angegeben wurden, zusätzlich zur Abschlussprüfung für das geprüfte Unternehmen bzw. für die von diesem beherrschten Unternehmen erbracht:

- Durchführung prüferischer Tätigkeiten in Bezug auf IFRS-Reporting Packages
- Freiwillige Jahresabschlussprüfung bei einem beherrschten Unternehmen

Verantwortlicher Wirtschaftsprüfer

Der für die Prüfung verantwortliche Wirtschaftsprüfer ist Frank Bühring.

Hamburg, den 29. März 2018

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Bühring Meyer
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

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, Referentin Unternehmenskommunikation
Maren Menge, freie Texterin

Visuelle Konzeption und Gestaltung, Produktionskoordination

Marion Maier, Design Managerin, Hanseatic Bank GmbH & Co KG
Eiga, Strategic Brand Design, Hamburg

Bildnachweis

- © Helen Fischer – Foto auf Seite 8
- © Stephanie Wunderlich – Illustrationen auf den Seiten 10, 18, 26, 34, 44, 50
- © www.stock.adobe.com – Bild Seite 25 (©PhotographyByMK),
- © Dr. Michael Hartschen – Foto auf Seite 53

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



**Hanseatic
Bank**