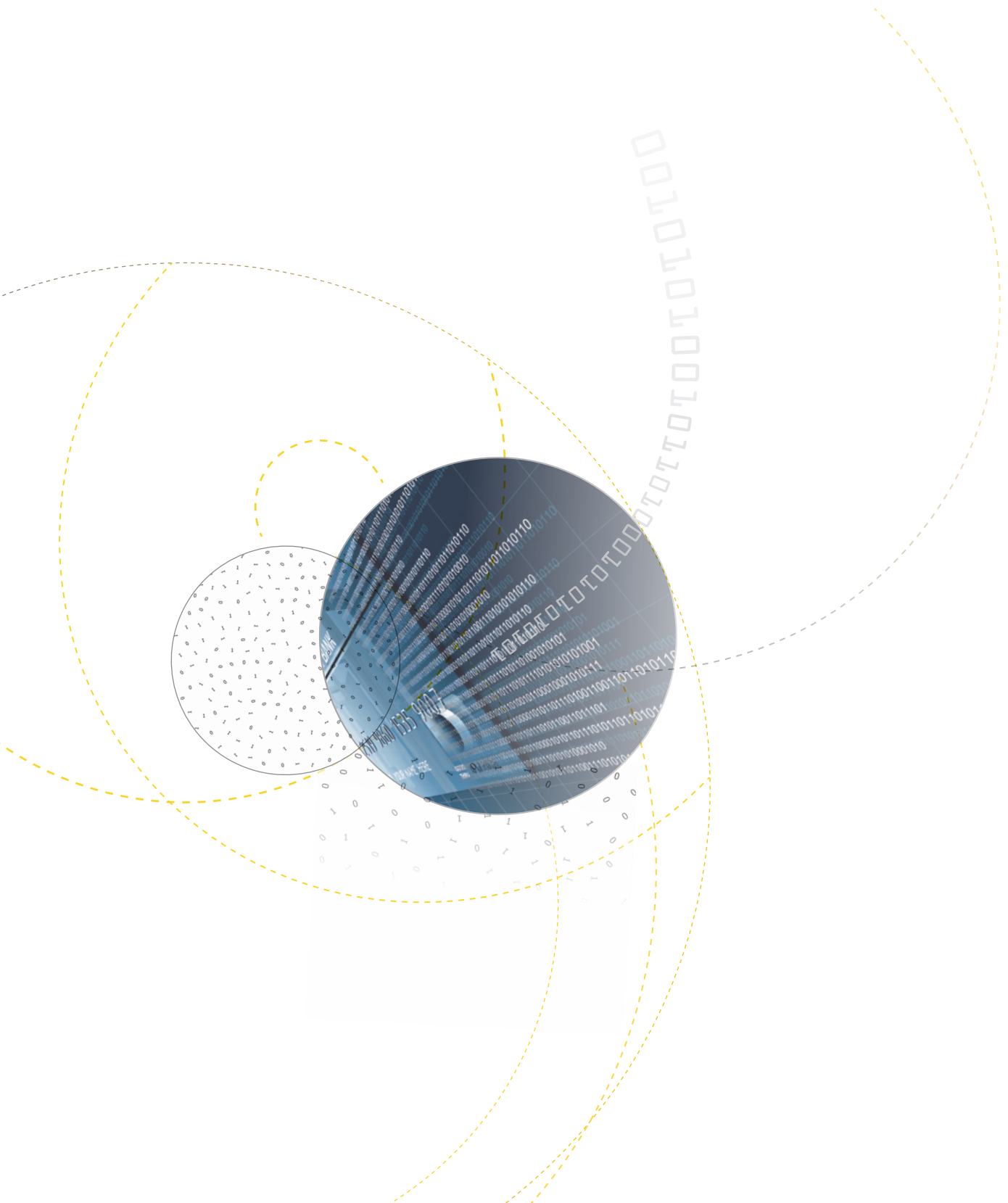


Im digitalen Wandel

Geschäftsbericht 2015



„Der Fortschritt geschieht heute so schnell, dass, während jemand eine Sache für gänzlich undurchführbar erklärt, er von einem anderen unterbrochen wird, der sie schon realisiert hat.“ ALBERT EINSTEIN (1879–1955), PHYSIKER



Digitalisierung

Liebe Geschäftspartner, Kunden und Mitarbeiter,

was gestern noch Vision war, ist morgen bereits Alltag. So ließe sich Einsteins Fortschrittstheorie auch bezogen auf den heute stattfindenden digitalen Wandel bestens beschreiben. Vieles, was lange als undenkbar galt, wird aktuell wie selbstverständlich durchgeführt und zeigt, dass uns im Rahmen der Digitalisierung auch in Zukunft noch ungeahnte Möglichkeiten erwarten. Wer hiervon profitieren möchte, muss jetzt Schritt halten und offen gegenüber Neuem sein. Wir bei der Hanseatic Bank stellen uns dieser digitalen Herausforderung. Einige der damit einhergehenden Veränderungen haben wir in unserem eigenen, aber vor allem auch in Ihrem Sinne bereits realisiert, andere sind in Planung. Neben den Zahlen zum Geschäftsjahr 2015 erfahren Sie auf den folgenden Seiten, welche Chancen die Digitalisierung birgt und wo mögliche Grenzen liegen.

Ihr



Michel Billon



Detlef Zell



Hanseatic Bank im Überblick

UNSER PRODUKTANGEBOT

Geschäftsbereiche

Kreditgeschäft

Konsumentenkredite
Kreditkarten
Kreditversicherungen

Einlagen

Factoring

Produkt

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

TagesGeld, SparBrief, SparBrief Dynamik

Forderungsmanagement

UNSER UNTERNEHMEN

Gesellschafter

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

Gegründet

1969 (als Tochter des Otto Konzerns)

Geschäftsführer

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

Status

Vollbank

Eigenkapital

193 Mio. Euro (31.12.2015)

Mitarbeiter

443 (31.12.2015, inkl. HSCE)

Standorte

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

UNSERE PARTNER

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

Inhalt

6	DIGITALES DENKEN
12	DER ALGORITHMUS DES ERFOLGS
20	BANKBERATER VS. ROBO-ADVISOR
28	DIGITALISIERUNG ALS ENTWICKLUNGSMOTOR
38	DIE JUNGEN WILDEN

LAGEBERICHT

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

JAHRESABSCHLUSS

56	Bilanz
58	Gewinn- und Verlustrechnung
59	Anhang
69	Bestätigungsvermerk



MICHEL BILLON

*Geschäftsführer
Marktbereich/IT,
Hanseatic Bank*

DETLEF ZELL

*Geschäftsführer
Marktfolge/Risikoüberwachung,
Hanseatic Bank*

DR. SABRINA ZEPLIN

*Direktorin Business Intelligence,
Otto Group*

Digitales Denken

Als eines der wichtigsten ökonomischen wie gesellschaftlichen Themen beschäftigt die Digitalisierung auch den Finanzsektor sehr. Doch welche Chancen und Risiken ergeben sich durch die neuen Technologien, die in diesem Zuge zum Einsatz kommen? Welchen Nutzen haben Unternehmen und Kunden davon? Im gemeinsamen Gespräch mit Dr. Sabrina Zeplin, Direktorin Business Intelligence der Otto Group, gehen Michel Billon und Detlef Zell, Geschäftsführer der Hanseatic Bank, diesen Fragen auf den Grund.

Es gibt die These: Daten sind das neue Erdöl. Sehen Sie das genauso?

Zeplin: Daten sind extrem wertvoll, sie befeuern die digitale Revolution. In meinen Augen sind sie die Treiber der Digitalisierung, die jedoch erst am Anfang steht. Denn es bedarf viel mühevoller Kleinarbeit, das Relevante aus ihnen herauszufiltern. Ein bedeutender Unterschied zum Erdöl ist die Unendlichkeit der Daten. Ständig und überall entstehen neue Daten, aus denen wir neue Erkenntnisse gewinnen.

Billon: Das sehe ich auch so. Den Wert der Daten für uns als Bank haben wir schon lange erkannt und die hieraus gewonnenen Informationen werden auch dementsprechend von uns genutzt. Allerdings wird die Masse an Daten immer größer, da auch unser Kontakt zu den Kunden immer digitaler wird. Die Herausforderung besteht darin, die relevanten Daten zu extrahieren, sie korrekt zu analysieren und dann best- und schnellstmöglich für uns und den Kunden zu nutzen.

Zeplin: Die heutige Funktion von Big Data ist vergleichbar mit dem stationären Einzelhändler. E-Commerce war lange Zeit unpersönlich. Es war mühsam für den Kunden, das richtige Produkt zu finden. Durch die herausgefilterten relevanten Informationen können wir den Kunden nun auch im Onlinehandel individuell beraten und ihm zum Beispiel das Produkt aufgrund seiner Bestellhistorie gleich in der richtigen Größe anbieten.

Zell: Der E-Commerce ist da schon sehr weit. In anderen Branchen, wie dem Handwerk oder auch in der Finanzbranche, ist dieselbe Entwicklung zu beobachten, wenngleich sie dort etwas langsamer ist. Um aus den massenhaften Daten einen echten Mehrwert für uns, aber insbesondere auch für unsere Kunden zu generieren, müssen wir erst einmal neue Techniken einbinden und entsprechende Kompetenzen entwickeln.



„Die Herausforderung besteht darin, die relevanten Daten zu extrahieren, sie korrekt zu analysieren und dann best- und schnellstmöglich für uns und den Kunden zu nutzen.“

MICHEL BILLON

Ist die Nutzung von Big Data und damit die Digitalisierung denn überhaupt branchenübergreifend sinnvoll? Wo sehen Sie die besonderen Herausforderungen?



Dr. Sabrina Zeplin,
Direktorin Business Intelligence,
Otto Group

Zeplin: Ja, ich bin davon überzeugt, dass alle Branchen gleichermaßen hiervon profitieren, nur jede tatsächlich in ihrem eigenen Tempo. Ein Schlüsselthema ist vor allem auch der Wille oder Mut zur Veränderung. Alte Strukturen müssen den neuen Technologien weichen und erfordern ganz neue Prozesse, die zum einen verstanden und zum anderen auch akzeptiert werden müssen. Hier können wir von den Start-ups lernen, die oft branchenfremd sind, aber trotzdem gleich den direkten Zugang zum Kunden finden. Sie denken vom Kunden her, das ist der springende Punkt. Natürlich ist das einfacher gesagt als getan.

Zell: In der Tat ist es eine besondere Herausforderung, bestehende Prozesse zu optimieren und effizienter zu gestalten, sich parallel dazu aber auch im Bereich der Digitalisierung weiterzuentwickeln. Es braucht Zeit, neue Technologien zu implementieren und das System umzustellen. Ich denke da vor allem auch an unsere Zielgruppe im Einlagengeschäft, die durchschnittlich 50 Jahre und älter ist. Werden zu schnell Veränderungen vorgenommen, könnten wir möglicherweise Kunden verlieren.

Zeplin: Wir dürfen jedoch die sogenannten Silver Surfer auch nicht unterschätzen. Unsere Zielgruppe mit der höchsten Tablet-Verdichtung zum Beispiel sind die über 50-Jährigen. Ich bemerke auch im privaten Umfeld, dass sich hier scheinbar ein Wandel im Hintergrund vollzieht. Und ich bin überzeugt, dass sich auch die ältere Generation der digitalen Welt öffnet oder bereits geöffnet hat, nämlich dann, wenn sie einen konkreten Nutzen sieht. Dafür müssen die digitalen Angebote einfach, bequem und vor allem vertrauenswürdig sein.

Billon: Das Stichwort lautet hier ‚Privacy‘ und spielt vor allem im Bankensektor eine bedeutende Rolle. Insbesondere die Deutschen legen sehr viel Wert auf einen sensiblen, respektvollen und vor allem sicheren Umgang mit ihren persönlichen Finanzdaten. Wir müssen unseren Kunden deshalb durch gute Sicherheitsstandards die Angst vor den digitalen Möglichkeiten nehmen, ihnen sinnvolle Angebote unterbreiten und sie so von den Vorteilen überzeugen. Für kleinere und mittelständische Unternehmen ist die Digitalisierung allerdings eine größere Hürde, da oft die notwendigen Mittel oder Kompetenzen fehlen, um entsprechende Innovationen zu entwickeln. Aus diesem Grund sind uns die Kooperationen mit verschiedenen FinTechs so wichtig. Sie sind nicht nur eine Inspiration, sondern verringern natürlich auch unseren eigenen Entwicklungsaufwand.

Zell: Dass Deutschland vorsichtig ist, kann aber ja auch ein Vorteil sein. So können wir beispielsweise beobachten, wie etwas in den USA, in England oder in Holland läuft und ankommt oder eben auch nicht.

An dieser Stelle lassen Sie uns einen Schritt weitergehen und einmal selbst in die Zukunft schauen. Wird in 20 Jahren alles ausschließlich digital sein? Oder glauben Sie, dass es auch irgendwann zu einer Übersättigung kommen kann und die Menschen sich gegen die fortschreitende technische Entwicklung stellen?

Zell: Also Kataloge wird es bestimmt nicht mehr geben, aber Geschäfte ganz sicher noch.

Zeplin: Ich meine, dass wir uns heute noch gar nicht vorstellen können, was in 20 Jahren tatsächlich digital möglich sein wird. Auf der anderen Seite bin ich mir sicher, dass es für vieles Digitale weiterhin eine Alternative geben wird. Die haptischen und emotionalen Dinge werden bleiben, aber sie werden eine andere Rolle einnehmen. Das merken wir ja schon jetzt. Auch ich kaufe so gut wie alles online ein, trotzdem gehe ich samstags auf den Wochenmarkt. Da treffe ich meine Nachbarn, kann mich austauschen, eben das reale Leben wahrnehmen. Auch die Fotoalben erleben gerade in Form von Fotobüchern wieder eine Renaissance. Der Mensch an sich ist eben nicht digital.



Detlef Zell,
Geschäftsführer
Marktfolge/Risikoüberwachung,
Hanseatic Bank

Zell: Ich glaube und hoffe auch, dass künftig nicht alles nur noch digital stattfinden wird. Die Menschen möchten sicher irgendwann einige Dinge wieder so haben wie früher.



Michel Billon,
Geschäftsführer
Marktbereich/IT,
Hanseatic Bank

Billon: Das sehe ich genauso, vor allem in unserer Generation. Wenn alles nur noch digital abläuft, wird einem das irgendwann zu viel. Aber was ist mit unseren Kindern? Schon heute können viele das Smartphone kaum mehr aus der Hand legen und sind von den digitalen Medien und der Technik abhängig.

Zeplin: Ich glaube nicht, dass es unseren Kindern anders geht, denn es ist ein Grundbedürfnis, sich auszutauschen. Zwar agieren die Kids von heute auf Smartphones und Tablets, vieles ist aber auch sehr kreativ, was sie machen. Vor allem im Gegensatz zum Fernsehen, dessen Konsum rückläufig ist. Ich sehe eher das Problem in der falschen Ausbildung unserer Kinder. Informatik ist zum Beispiel kein Pflichtfach hier in Deutschland, oder aber es werden völlig veraltete Inhalte vermittelt. In Indien und China wurde erkannt, dass die Wirtschaft künftig maßgeblich von Programmierern gelenkt wird. Dort entstehen gerade sehr fortschrittliche und digital ausgerichtete Unternehmen, die mittelfristig zu bedeutenden Wettbewerbern werden.

Billon: Umso wichtiger ist es für uns alle, das große Potenzial des digitalen Zeitalters zu nutzen und auszuschöpfen. Allen voran muss Deutschland seine Position auf dem internationalen Parkett noch weiter ausbauen und stärken, um damit auch ein klares Signal an die hier ansässigen Unternehmen zu senden.

Zell: Ja, denn eine solide und flächendeckende digitale Infrastruktur, kombiniert mit der Vermittlung der nötigen Medienkompetenz, erzeugt sicherlich eine generell höhere Akzeptanz und noch mehr Interesse an der Nutzung digitaler Dienstleistungen. Deshalb ist unsere Strategie, die Hanseatic Bank sowohl bei internen Prozessen als auch hinsichtlich unserer Produkt- und Serviceleistungen weiterhin zu digitalisieren, der richtige Schritt.

Hätten Sie gewusst, dass ...

... das Internet ein Archiv hat unter www.archive.org?



... Nigeria, Ghana und Bangladesch das Festnetz fast gänzlich übersprungen haben?

Während die Industriestaaten im 20. Jahrhundert weltweit die Vernetzung durch das Telefon aufbauten, verfügt bis heute weniger als 1 Prozent der Bevölkerung in den genannten Ländern über einen Festnetzanschluss. Über 85 Prozent der Bürger haben jedoch Zugang zu einem Handy.

... es weltweit mehr Handys als Zahnbürsten gibt?

Kein Wunder, wenn man die Berechnungen vom Softwareunternehmen SAP betrachtet, laut denen sogar an einem Tag doppelt so viele Smartphones verkauft wie Babys geboren werden. In Deutschland kommen auf 100 Einwohner 109 Handys.

... die Suchmaschine Google nicht nach einem Komma suchen kann, weil es zu viele davon im Internet gibt?



... ein britischer Student mit dem Verkauf von Pixeln im Internet zum Millionär wurde?

Alex Tew richtete 2005 eine Website ein, die er in 10 x 10 Pixel große Quadrate einteilte und zur Darstellung von Eigenwerbung an Unternehmen verkaufte. Pro Pixel nahm er einen US-Dollar. Aufgrund der immer größer werdenden Aufmerksamkeit für dieses Projekt erwarb er hierdurch knapp eine Million US-Dollar – die Website ist immer noch online unter: www.milliondollarhomepage.com



... eine Nonne den ersten Dokortitel in Informatik erwarb?

Als Schwester des Ordens der Heiligen Jungfrau Maria promovierte Mary Kenneth Keller im Jahr 1965 an der University of Wisconsin, USA. In ihrer Funktion als Doktorandin entwickelte sie die Programmiersprache BASIC mit und leitete nach ihrer Promotion 20 Jahre lang den Informatikbereich des Clarke College in Dubuque, Iowa.

... Facebook mehr Mitglieder hat, als die meisten Nationen der Welt Einwohner haben?

... das erste Youtube-Video einen Zoobesuch dokumentiert?

Am 23. April 2005 lud der aus Sachsen-Anhalt stammende Jawed Karim ein Video namens „Me at the zoo“ im Internet hoch – und gründete damit eine der größten Social-Media-Plattformen der Welt.



... die erste Internetseite der Welt noch immer in ihrer Originalfassung online ist?

Mit einem Posting in der Newsgruppe alt.hypertext über sein Projekt des World Wide Web (W3) läutete Tim Berners-Lee am 13. November 1990 die Erfindung einer Weltneuheit ein: Das Internet war geboren. Noch heute ist die Original-URL live unter: info.cern.ch/hypertext/WWW/TheProject.html. Im Jahr 2004 wurde Berners-Lee von Queen Elizabeth für seine Erfindung zum Ritter geschlagen.



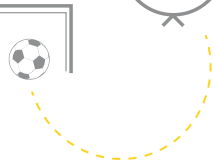
... der Begriff „im Internet surfen“ zufällig entstand?

Als die US-Bibliothekarin Jean Armour Polly im Jahr 1992 in einem Magazin über das Internet schrieb, etablierte sie eher zufällig den genannten Begriff. Die Idee kam ihr, als sie auf ihr Mauspad sah, auf dem ein Surfer abgebildet war.

... die älteste Dating-Website Match.com Grund für die Geburt von über einer Million Babys ist?



GOAL



(1001)011000//010100

Der Algorithmus des Erfolgs

Noch wenige Wochen vor der Fußballweltmeisterschaft 2014 sah man schwarz für Jogi und seine Jungs. Zu langsam, zu verletzt, zu alt. Umso erstaunlicher das Ergebnis: Deutschland wurde Weltmeister. Dieser Sieg brachte jedoch nicht nur einen, sondern noch einen zweiten Gewinner hervor, der bis dato mit mindestens ebenso viel Skepsis beäugt wurde wie die Nationalelf – ein von Wirtschaftsexperten und Politikern hochgelobter neuer Held des digitalen Zeitalters: Big Data.

Als DFB-Manager Oliver Bierhoff den Einsatz dieser gigantischen Datenanalyse-Technologie während des Turniers verkündete, erntete er von der Öffentlichkeit nur ein müdes Lächeln. Fußball-Urgestein Franz Beckenbauer ließ sich bisweilen sogar zu spöttischen Kommentaren hinreißen wie etwa „Computer schießen keine Tore“. Zu Unrecht, wie sich wenig später im WM-Finale eindrucksvoll zeigte. Das deutsche Team besiegte seinen argentinischen Gegner mit 1:0. Ein Sieg, der unter anderem auch durch die neu gewonnenen Kenntnisse der Big-Data-Technologie möglich war. So wurden während der Spiele alle Daten zu den Leistungen jedes einzelnen Kickers wie Ballkontakte, Passqu-

ten und Sprints präzise aufgezeichnet. Kombiniert mit dem persönlichen Verhalten des jeweiligen Fußballers konnte das Trainerteam um Jogi Löw so maßgeschneiderte Strategien entwickeln, die letztendlich zum Erfolg führten.

Trotz der landesweiten Euphorie über den Weltmeistertitel und des damit einhergehenden Siegeszugs von Big Data gab es weiterhin kritische Meinungen. Der Einsatz dieser Analysetechnologie degradierte den Menschen selbst zur Ware, die anhand bloßer Fakten gehandelt werde. Das ist auch der Hauptgrund, weshalb Big Data nach wie vor nicht als Instrument im Human-Resources-Bereich von Unternehmen angewandt wird.





Big Data

Digitale Datenmengen, die aufgrund ihres Volumens mit konventionellen Datenbanksystemen nur schwer zu erfassen, verarbeiten, speichern und analysieren sind.

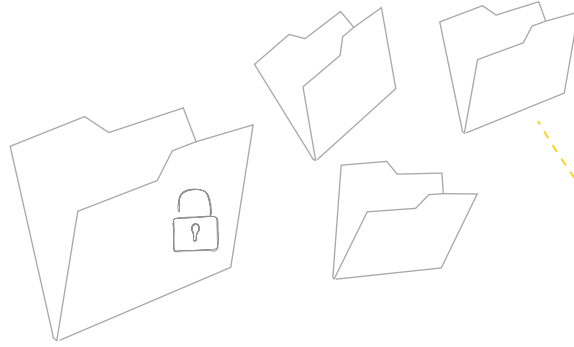
Sowohl strenge Datenschutzrichtlinien als auch das hohe Gut der Persönlichkeitsrechte beugen dem gläsernen Mitarbeiter vor. Und dennoch kann und macht sich die Wirtschaft Big Data immer mehr zunutze. So sind die Analyse und Auswertung von riesigen Datenmengen und das korrekte Lesen durch Algorithmen in vielen anderen Unternehmensbereichen wie etwa im Marketing, in der Produktentwicklung, im Risikocontrolling und in der Logistik hilfreich.

Vorsprung durch Information – Big Data weiß, was Kunden wollen.

In der digitalen Welt hinterlassen Menschen Spuren, wo auch immer sie sich online bewegen. Die hierdurch entstehende Flut an verschiedensten Informationen über jeden Einzelnen kann dank Big Data in individuelle Bedürfnisse und Wünsche übersetzt werden. Neben der steten Optimierung

von Produktentwicklungen und -prozessen im Sinne des Kunden können Unternehmen so vor allem ihr wirtschaftliches Potenzial weiter ausschöpfen. Weltweit bekannte Internetsuchmaschinen und Online-shops, aber auch Anbieter von Social-Media-Plattformen haben sich zum Beispiel auf individualisierte Produktempfehlungen spezialisiert. Hat man gestern noch nach Flügen in die Vereinigten Arabischen Emirate gesucht, trifft man beim nächsten Besuch im Internet mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit auf vielfältige Werbung für Reiseangebote nach Abu Dhabi & Co.

Darüber hinaus kann Big Data auch im Bereich der Kundenbindung ganze Arbeit leisten. So helfen maßgeschneiderte Angebote oder Rabattaktionen dabei, dass Produkte für Kunden interessant bleiben. Einige Unternehmen nutzen die Erkenntnisse durch Big Data sogar, um in die Zukunft zu schauen. Beim sogenannten Markt-Monitoring werden



zum Beispiel alle Nachrichten auf Social-Media-Plattformen im Hinblick auf eine bestimmte Marktentwicklung in Echtzeit ausgewertet, um daraufhin Absatzprognosen abzuleiten und möglicherweise zum richtigen Zeitpunkt zu investieren.

Auch Banken und Versicherungen machen Geschäfte mit der Zukunft – und das dank Big Data mit hoher Sicherheit.

Sowohl bei der Bewilligung von Krediten als auch beim Abschluss eines Versicherungsvertrags gehen Banken und Versicherungen Risiken ein. Mögliche Ausfälle lassen sich jedoch heutzutage durch die immer komplexer werdenden Algorithmen sehr viel sicherer vorhersagen. Die Ergebnisse sind ein optimiertes Risikomanagement und damit bessere Geschäftsabschlüsse. Ein weiterer wichtiger Bereich für den Einsatz von Big Data im Bankensektor ist die sogenannte Fraud Detection, die Aufdeckung von Betrugsfällen. So spiegeln die gesammelten Daten beispielsweise ein bestimmtes Muster im Bezahlverhalten eines Kunden wider. Gibt es hierbei auffällige Abweichungen, werden diese viel schneller identifiziert, sodass im Idealfall Missbrauch und Schaden noch verhindert werden können.

Wie im Finanz- und Versicherungssektor sorgt Big Data auch in vielen anderen Branchen für mehr Transparenz und Effizienz, sei es bei Prozessabläufen oder der Produktentwicklung. Trotz allem sehen Kritiker insbesondere Datenschutz und -sicherheit bei der Analyse umfangreicher Datenmengen gefährdet. Zwar gelten vor allem in der Bundesrepublik strenge Richtlinien bezüglich des Umgangs und der Speicherung dieser Daten, Gesetze, die vor Missbrauch schützen, seien jedoch nicht ausreichend vorhanden. Umso wichtiger ist es, dass sich die Nutzer von Big Data ihrer moralischen Verantwortung bewusst sind. Eine Mehrheit der Technologie-Visionäre sowie Universitäten und digitale Organisationen verweisen in

diesem Fall auf die Initiative „Data for Humanity“. In dieser sogenannten Big-Data-Ethik werden fünf Leitsätze formuliert, die an den sensiblen Umgang mit Daten Dritter appellieren.

Dennoch kann sich die Wirtschaft nicht allein auf Big Data verlassen. Auch in Zukunft wird neben Innovationsfreude und einer gewissen Risikobereitschaft weiterhin der Instinkt des Unternehmers für dessen Geschäftserfolge maßgeblich sein. Dabei kommt dem Menschen zugute, dass er lernfähig ist und auf Prognosen reagieren kann. Dies zeigt sich unter anderem bei Verkehrsvorhersagen deutlich. So kann eine Alternativroute, die aufgrund eines Staus vom Navigationssystem vorgeschlagen wird, schnell überlastet sein, wenn nämlich jeder diesen Anweisungen folgt. Zusammenfassend sind sich Wirtschaftsexperten jedoch mehrheitlich darüber einig, dass Big Data künftig ökonomische Erfolge nachhaltig mitbestimmen und lenken wird. Gestützt wird diese Prognose ebenfalls durch den jährlichen Global Technology Adoption Index (GTAI) des US-Computerherstellers Dell. Laut dem GTAI 2015 verzeichnen Unternehmen, die unter anderem aktiv Big-Data-Lösungen einsetzen, ein bis zu 53 Prozent höheres Umsatzwachstum.* Dieser Fakt gemeinsam mit Big-Data-Erfolgen wie dem Weltmeistertitel 2014 der Nationalelf dürfte wohl selbst Skeptiker wie Franz Beckenbauer überzeugen.



*Quelle: <https://powermore.dell.com/2015-global-technology-adoption-index/>



Fraud Detection

dient dazu, abweichende Muster im Bezahlverhalten zu erkennen und so Betrugsfälle aufzudecken.



Hanseatic Bank

Hanseatic Bank GmbH & Co KG
17. Mai um 9:53

DATEN – EIN HOHES GUT FÜR UNTERNEHMEN

Daten sind wertvoll. Sie lassen Unternehmen ihre Kunden und deren Wünsche besser verstehen und ermöglichen so eine gezieltere Kundenansprache, einen besseren Service und damit noch mehr wirtschaftliche Erfolge. Im Rahmen von Big Data sind drei Merkmale charakteristisch: ein großes Datenvolumen, eine hohe Entstehungsgeschwindigkeit der Daten und eine große Vielfalt in der Datenbeschaffenheit. Bei der Datenanalyse ist es daher nicht nur wichtig, mit der riesigen Datenmenge umgehen zu können, sondern auch mit der sehr schnell anwachsenden Menge neuer Daten, die in unterschiedlichen Formen, sei es als Foto, Tweet oder Video, generiert werden. Daraus anschließend die relevante Information herauszufiltern, ist eine große Herausforderung. Hat man sich dieser erfolgreich gestellt, bergen Daten viel Potenzial. Welche Erfahrungen haben Sie im Umgang mit Big Data gemacht? Wir freuen uns über Ihre Kommentare!

18 Mal geteilt



Marco Loge-Jakubowsky: Es ist schon spannend, was mit einem großen Datenpool möglich ist, aber man sollte nicht den Fehler machen, dem Big-Data-Hype zu verfallen und einfach nur alles anders machen zu wollen. Natürlich bieten Big-Data-Techniken neue, innovative Möglichkeiten. Für uns in der IT ist es dann wichtig zu identifizieren, welche Techniken in unserem Fall für die Bank relevant sind, und zu entscheiden, wie sie in die bestehende Informationsarchitektur integriert werden können. Das ist immer wieder eine Herausforderung, und manchmal stoßen wir mit der Weiterentwicklung unserer Technik an unsere Grenzen, sodass ganz neue Verfahren umgesetzt werden müssen. Im Kern sind unsere aktuellen Informationssysteme auf die monatliche Berichterstattung an die Aufsichtsbehörden und das interne Reporting ausgerichtet. Das ist für viele Marketingaktivitäten deutlich zu träge.

 2 • 17. Mai um 11:14



Aleksandra Baumann: Ja, aktuell ist das leider noch so. Bisher können wir anhand strukturierter Daten das Nutzungsverhalten unserer Kunden nachvollziehen und unsere Marketingmaßnahmen individuell anpassen. Sobald wir für unseren Bereich Big-Data-Techniken nutzen können, werden die Möglichkeiten diesbezüglich natürlich noch verbessert. Das wird insbesondere auch bei der Neukundengewinnung von Bedeutung sein, da wir Trends früher erkennen, Interessenten leichter identifizieren und somit direkt ansprechen können. Ein weiterer entscheidender Vorteil von Big Data im Marketing ist der Zeitfaktor. Wir können neue Erkenntnisse generieren, ohne dafür die derzeit aufwendigen Prozesse durchlaufen zu müssen.

 3 • vor 4 Stunden



Marco Loge-Jakubowsky: Die Zeitersparnis ist eines der wichtigen Themen, an denen wir in der IT arbeiten. Wir möchten den Fachbereichen deutlich flexiblere Systeme zur Verfügung stellen, die noch schnellere, einfachere und gleichzeitig umfassendere Auswertungen ermöglichen. Das erlaubt ein noch ergebnisorientierteres Arbeiten und verbessert so den Service und gleichzeitig die Kundenzufriedenheit enorm. Im Hinblick auf die Datenmassen, die im Zuge der Digitalisierung noch auf uns warten, ist der Einsatz der neuen Techniken aus dem Bereich Big Data sehr wichtig.

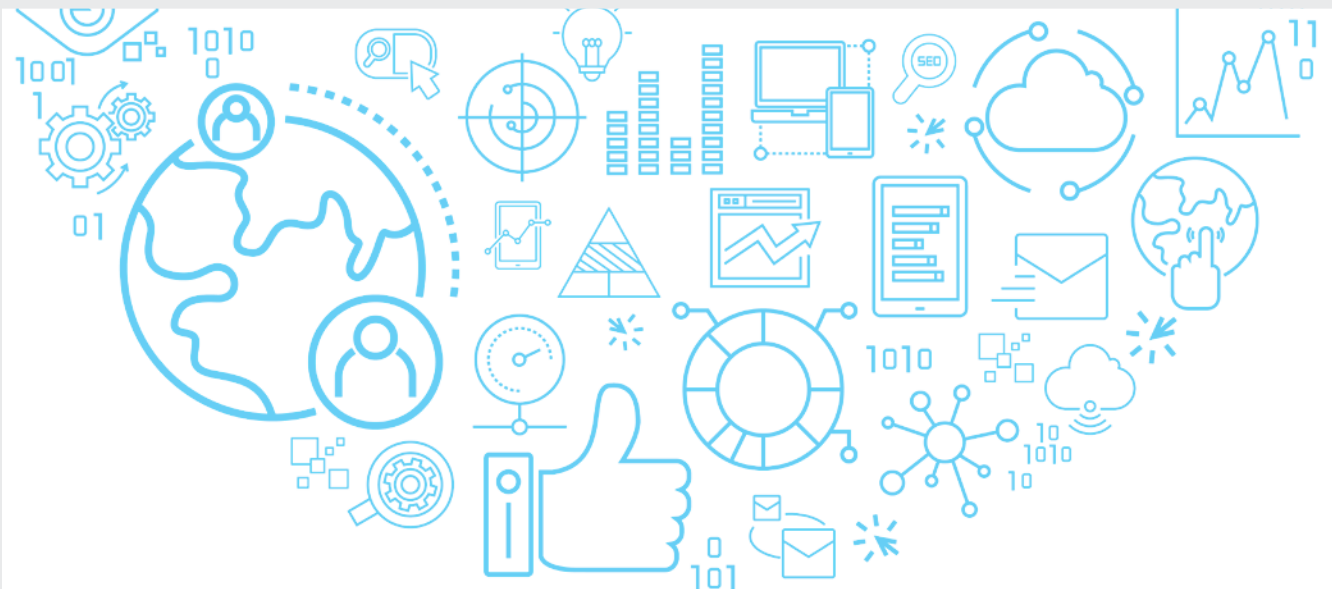
vor 3 Stunden



Wolfgang Wack: Wenn es um die Genehmigung von Krediten geht, spielen Daten ebenfalls eine wichtige Rolle. Natürlich wollen wir als Bank, dass uns Kunden die Kredite auch tatsächlich zurückzahlen können. Unsere Aufgabe im Risikocontrolling ist es, hier den Überblick zu behalten und anhand der verfügbaren Daten die Bonität von Antragstellern einzuschätzen. Diese Vorgehensweise ist aber auch im Interesse unserer potenziellen Kunden, da wir so sicherstellen, dass sie sich finanziell nicht übernehmen.

 4 • gestern um 15:20

[7 weitere Kommentare anzeigen](#)



Kennzahlen 2015

ÜBER **80** TAUSEND
an Kunden verschickte SMS

RUND **350.**

GUT **800**
eingegangene Onlinebewerbungen

FAST **200.000**
bearbeitete E-Mails im Kundenservice

EXAKT **514**

von Mitarbeitern sportlich zurückgelegte Kilometer

MEHR ALS **1** MILLION
Besucher auf unserer Website

000 Onlinekonten

Ein Bilanzgewinn von **25,1**
MILLIONEN EURO

INSGESAMT **10.526**
durchgeführte Trainingsstunden





Bankberater vs. Robo-Advisor

Tweet-Kurator, Mobile Developer und Cloud-Architekt – mit der Digitalisierung und damit dem Einzug neuer Technologien in die Berufswelt steht diese vor eklatanten Veränderungen. Und das branchenübergreifend. In der sogenannten Industrie 4.0 – dem Zeitalter nach der Einführung von Fließband und Mikroelektronik – haben sich die Anforderungen an Arbeitnehmer durch den vermehrten Einsatz von Softwareprogrammen stark verändert. Einige klassische Tätigkeiten werden sogar bereits heute gänzlich von Robotern ausgeführt. Vor allem Aufgaben in der Verwaltung und Sachbearbeitung sowie im Einzelhandel sind besonders bedroht.

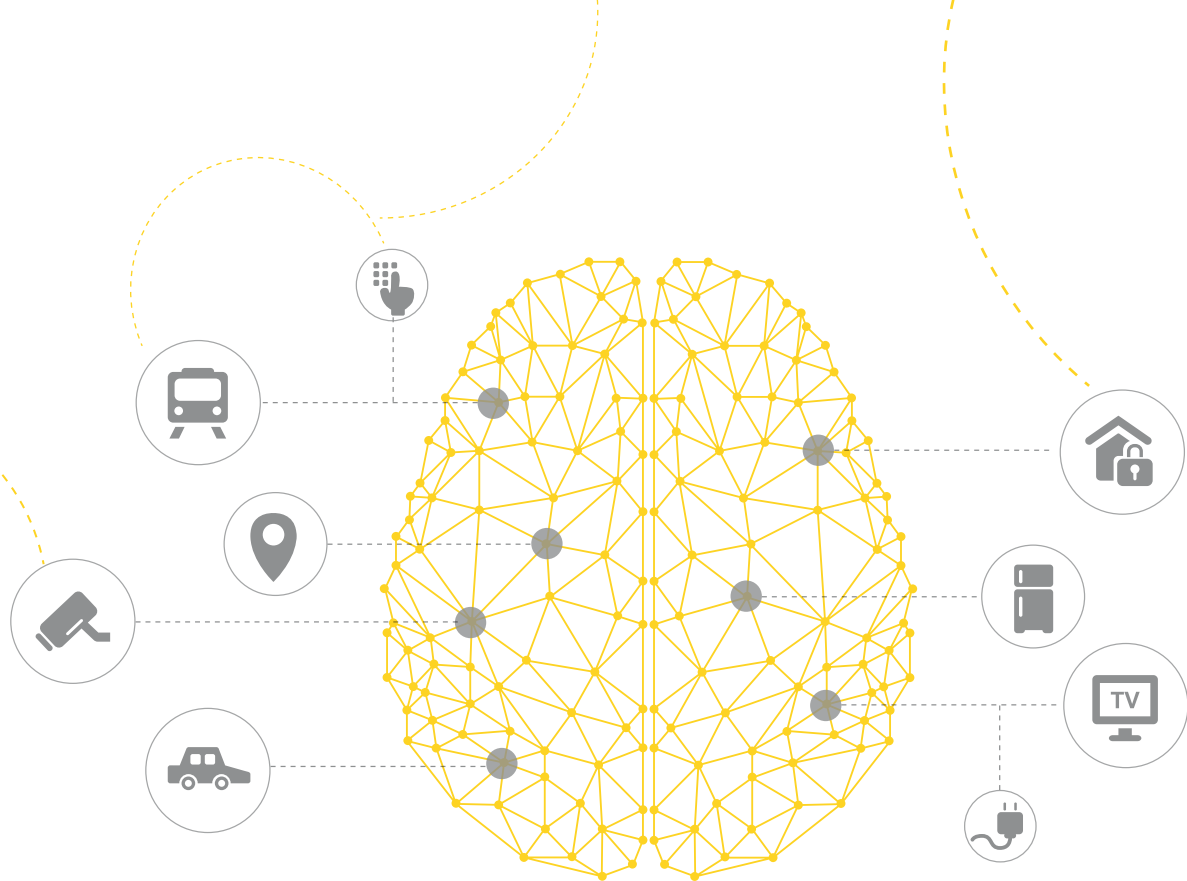
Laut einer aktuellen Studie besteht bei 59 Prozent – sprich bei über der Hälfte – aller Berufe in Deutschland das Risiko, zukünftig von Kollege Computer & Co. abgelöst zu werden. Als wäre diese Prognose nicht schon bedrohlich genug, werden die Szenarien und sozialen Folgen des Arbeitsmarktwandels von einigen Experten noch schwärzer gemalt. So sagt Karl-Heinz Land, Unternehmensberater mit dem Themenschwerpunkt digitale Transformation, die vollständige Dematerialisierung voraus. Seiner Meinung nach werde langfristig fast alles zu Software. Wird beispielsweise der Schlüssel zur App, entfällt von der Maschinenherstellung über die Produktion bis hin zum Transport die gesamte Wertschöpfungskette. Dass er damit in Teilen recht hat, zeigt sich in vielen Branchen. Mittlerweile spielen neue Technolo-

gien bei Banken und im Handel ebenso wie in der Automobilindustrie und im Maschinenbau eine immer entscheidendere Rolle für den Firmenerfolg.

Trotz allem ist das in den 1970er Jahren durch den massenhaften Einzug von Computern in die Unternehmen vorhergesagte papierlose Büro bis heute eine Vision geblieben.

Noch immer existieren Drucker- und Papierhersteller und auch Flipcharts sowie Skizzenbücher sind nach wie vor präsent. Dennoch ist die Frage berechtigt, inwieweit sich das Berufs- und das damit einhergehende gesellschaftliche Leben aufgrund der digitalen Transformation wandeln wird. In vielen Bereichen haben Roboter längst unsere Arbeit übernommen. Vom Reinigen über das Fertigen bis





hin zum selbstständigen Einparken des Pkw erledigen sie menschliche Tätigkeiten zuverlässig und effizient. Als Gesprächspartner bei Service-Hotlines unterschiedlicher Unternehmen geben sie uns Auskunft und beantworten unsere Fragen.



Internet der Dinge

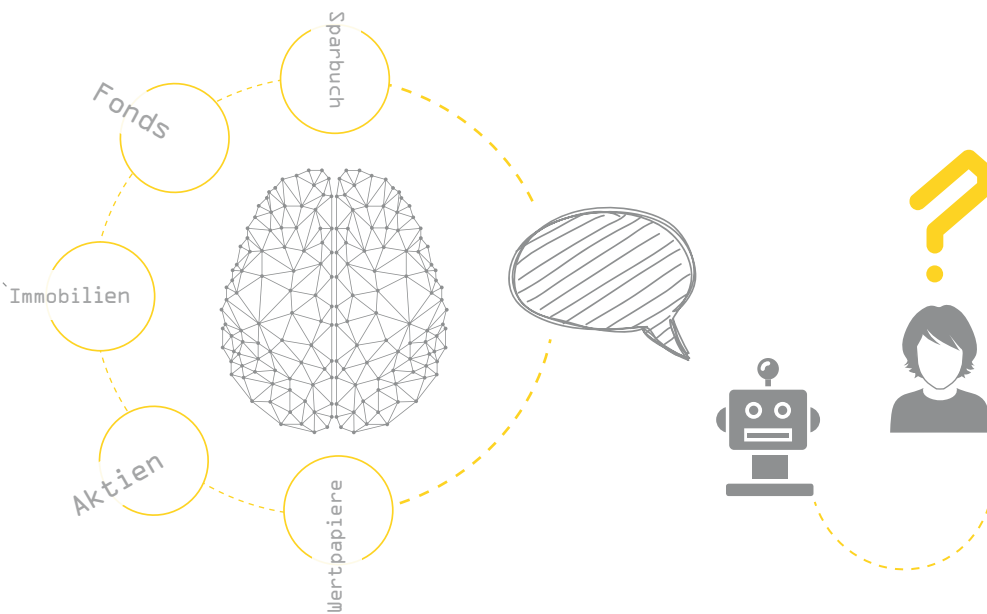
bezeichnet die Vernetzung von Alltagsgegenständen mit dem Internet.

Bei der sogenannten Machine-to-Machine-Kommunikation (M2M) wird sogar gänzlich auf den Menschen verzichtet. Hier tauschen intelligente technische Systeme automatisch Informationen und Daten miteinander aus. Ob die Paketverfolgung in Echtzeit via GPS, das eigenständige Nachbestellen von Waren bei Automaten oder die Fahrzeugortung und Flottensteuerung bei Kurierdiensten und Speditionen – dank der M2M-Kommunikation werden Unternehmensprozesse verbessert, die Produktivität gesteigert und Kosten gesenkt. All das führt schließlich zu schnelleren Lieferzeiten und damit zu einer höheren Kundenzufriedenheit. Darüber hinaus bildet die M2M-Kommunikation die Basis für ein weiteres großes Phänomen des digitalen Zeitalters.

Beim sogenannten „Internet der Dinge“ sollen intelligente Geräte das Denken lernen und dem Menschen das Leben vereinfachen.

Ziel hierbei ist es, die Informationslücke zwischen der realen und virtuellen Welt auf ein Minimum zu reduzieren. So bemerkt beispielsweise eine mit dem Internet vernetzte Maschine während der Produktion einen eigenen Defekt und kann völlig selbstständig einen Wartungsservice anfordern. Parallel dazu sendet sie ein Signal an alle anderen Maschinen, die daraufhin ihre Leistung an den Produktionsablauf anpassen und dadurch den Ausfall kompensieren können. Ob im Bereich der Früherkennung und Wartung oder in der Logistik von Warenzustellungen über Schiene und Straße – das Internet der Dinge wird vor allem für den Mittelstand von immer größerer Bedeutung. Bislang ist für seinen Einsatz jedoch nach wie vor der Mensch als Impulsgeber Voraussetzung.

Dies zeigt sich insbesondere auch dann, wenn es um kognitive Fähigkeiten geht. Trotz beachtlicher Fortschritte in der Schaffung von künstlicher Intelligenz hat es in diesem Bereich bis heute keine Maschine geschafft, den Menschen gänzlich zu ersetzen. Auch wenn programmierte Notbremsassistenten in Autos bereits schneller als der Fahrer selbst reagieren, kommt die Technik beim Erkennen und Wahrnehmen in bestimmten Situationen weiterhin an ihre Grenzen. Ähnliche Beispiele gibt es auch im Bankwesen:



Der sogenannte Robo-Advisor – eine Software zur automatisierten Vermögensverwaltung – kann bis dato den Geldanlageberater nicht vollständig ablösen.

Zwar schlägt der Robo-Advisor dem Kunden nach Eingabe seiner Daten binnen kürzester Zeit eine Liste mit verschiedenen Geldanlagestrategien vor, im Gegensatz zum menschlichen Wertpapierberater liefert er jedoch keine hilfreichen Erklärungen oder Empfehlungen. Während der Robo-Advisor möglicherweise für einen erfahrenen Kunden gute Anregungen bieten kann, ist er in der individuellen Geldanlageberatung bislang nur begrenzt einsetzbar. Um die persönlichen Anforderungen des Kunden erkennen und somit erfüllen zu können, ist das Vier-Augen-Gespräch in der Filiale nach wie vor sehr wichtig.

Noch kritischer ist der Einsatz von Robotern im Militär zu sehen. Auch wenn Drohnen bereits seit langer Zeit der Aufklärung dienen, sind Computer als autonom handelnde Systeme völkerrechtlich nicht zu verantworten. Eine Unterscheidung zwischen Zivilist und Feind ist ihnen nicht möglich. Einig sind sich Experten für die digitale Transformation darüber, dass neue Technologien wie Algorithmus-Programme, Roboter und das Internet der Dinge unumstritten einen großen Beitrag zu mehr Effizienz in der Ökonomie leisten. Darüber hinaus wird die Digitalisierung auch einen immer

stärkeren Einfluss auf das gesellschaftliche Miteinander und das Alltagsleben haben. Doch genau an diesem Punkt kommt wieder der Mensch ins Spiel. Es liegt in seiner Hand, wie viele und welche Arbeiten er künftig den Maschinen überlassen will.

Fakt ist, dass die Kreativität ebenso wie das Wissen der Menschen unverzichtbar ist, solange Computer nicht eigenständig denken und sich somit selbstständig weiterentwickeln können. Selbst wenn teilweise schon heute und mit Sicherheit in Zukunft Roboter von Robotern gebaut und gewartet werden und diese untereinander kommunizieren können, wird der Arbeitsmarkt von morgen nicht ausschließlich mit Maschinen besetzt sein. Vielmehr werden und müssen sich die Berufsbilder und -inhalte entsprechend den technischen Anforderungen verändern, um die neu gewonnenen Erkenntnisse interpretieren und daraus wiederum innovative Entwicklungen initiieren zu können. Wo also an der einen Stelle klassische Tätigkeiten durch Maschinen ersetzt werden, entstehen künftig in anderen Bereichen ganz neue Berufe, die die Kompetenz, den Verstand und auch die Empathie des Menschen voraussetzen.



Quelle: www.welt.de/wirtschaft/article140401411/Maschinen-koennten-18-Millionen-Arbeitnehmer-verdraengen.html

Um die persönlichen Anforderungen des Kunden erkennen zu können, ist das Vier-Augen-Gespräch in der Filiale nach wie vor sehr wichtig.

Franz Ertl, Direktor Vertrieb,
Hanseatic Bank



DIE HANSEATIC BANK SETZT AUF PERSÖNLICHE BERATUNG

Ob in der Automobilindustrie oder im Einzelhandel: Die Welt um uns herum wird immer digitaler – so auch im Bankenbereich. Einige Banken haben ihre Geschäftsmodelle sogar komplett darauf ausgerichtet und bieten ihre Leistungen ausschließlich online an. Dennoch spielt bei einem Großteil der Finanzhäuser der persönliche Kontakt vor Ort auch in Zukunft noch eine wichtige Rolle. Warum auch die Hanseatic Bank neben der Einbindung digitaler Technologien weiterhin auf die persönliche Beratung in ihren Filialen setzt, erläutert Franz Ertl, Direktor Vertrieb, in einem Kurzinterview.

Die Welt wird immer digitaler. Warum hält die Hanseatic Bank trotzdem an ihren Filialen fest?

Die Hanseatic Bank bietet einen ausgewogenen Mix aus modernen digitalen Angeboten und kompetenten Beratern in den Filialen.

Ertl: Wie bei vielen Dingen im Leben sollte man auch hier nicht in Schwarz-Weiß-Kategorien denken. Digitalisierung und Beratung vor Ort schließen einander nicht aus, sondern sollten sich ergänzen. Der Kunde soll letztlich entscheiden können, wann er digitale Dienstleistungen in Anspruch nimmt und wann er den persönlichen Berater vor Ort sprechen möchte. Die Hanseatic Bank bietet hier einen ausgewogenen Mix aus modernen digitalen Angeboten und kompetenten Beratern in den Filialen.

Immer häufiger tauchen sogenannte Robo-Advisor im Bankensektor auf – Computer, die den Beruf des Vermögensberaters scheinbar ernsthaft bedrohen. Was spricht in Ihren Augen gegen den Erfolg des digitalisierten Beratungsgesprächs?

Ertl: Das Angebot der Robo-Advisor richtet sich an eine digitalaffine Zielgruppe, die ihr Vermögensmanagement einem Computer beziehungsweise den hinterlegten Algorithmen überlässt. Allerdings ist hier der Begriff „Advisor“ bereits irreführend, denn es findet keine Beratung im herkömmlichen Sinne statt. Es fehlt die emotionale Komponente, dem Anleger gerade auch in schwierigen Zeiten mit persönlichem Rat zur Seite zu stehen. Zudem hat das Geschäftsmodell noch nicht bewiesen, dass es auch in turbulenten Börsenzeiten nachhaltige positive Ergebnisse erzielen kann. Insofern glaube ich nicht, dass in Zu-

„Digitalisierung und Beratung vor Ort schließen einander nicht aus, sondern sollten sich ergänzen.“

kunft die Vermögensanlage von Robo-Advisors beherrscht wird. Sie werden jedoch in einem Nischenmarkt eine zunehmend bedeutendere Rolle spielen. Es ist also empfehlenswert für Banken, regelmäßig zu prüfen, ob sie nicht Elemente dieses Angebots in ihr Produktportfolio aufnehmen sollten.

Vor allem die mit dem Internet und Smartphone aufgewachsene Generation der Digital Natives tätigt ihre Bankgeschäfte größtenteils ausschließlich online. Was tun Sie, um diesen Kunden von morgen die Vorteile Ihrer Bankfilialen zu vermitteln?

Ertl: Nicht nur die jüngeren, sondern auch die älteren Generationen sind mittlerweile daran gewöhnt, einfache Bankgeschäfte online via Notebook, Tablet oder Smartphone abzuwickeln. Der Kunde schätzt hier die Bequemlichkeit, Schnelligkeit und jederzeitige Verfügbarkeit. Selbstverständlich stellen auch wir diese Services zur Verfügung. Wenn es jedoch um Vermögensanlage, Streuung des Portfolios, Abwägen der Risiken oder um Finanzierungsangelegenheiten geht, suchen alle Kunden, auch die Digital Natives, gern das persönliche Gespräch mit fachkundigen Beratern vor Ort. Hier ist es wichtig, dass die Berater ein Vertrauensverhältnis zu ihren Kunden aufbauen können. Wenn die Eltern und Großeltern gute Erfahrungen mit einer Bank gemacht haben, stehen die Chancen gut, dass auch die Kinder bei Bedarf den Rat des Bankberaters suchen. Insofern bin ich sehr zuversichtlich, dass unsere fundierte, langjährige Kundenbeziehung in den Filialen auch noch bei der heranwachsenden Generation Früchte tragen wird.

Der Kunde schätzt
Bequemlichkeit,
Schnelligkeit und
jederzeitige
Verfügbarkeit.





Mittendrin

Hanseatic Bank

BLOG

WIEDERERÖFFNUNG IN WÜRZBURG

9.12.

09.12.2015 // Passend zur Adventszeit öffnete auch die Würzburger Filiale Anfang Dezember nach fünf Tagen Renovierung wieder ihre Türen. Etwa 750 Kunden folgten der Einladung in die 300 Quadratmeter große Filiale, deren offene und moderne Gestaltung auf Begeisterung stieß. Im Fokus des neuen Raumkonzepts: der persönliche Kontakt. Jeder Berater kann von seinem Arbeitsplatz aus jeden Kunden eintreten sehen und ihm so direkt ein Lächeln schenken und ihm weiterhelfen.

TEAMGEIST HOCH FÜNF

27.8.

27.08.2015 // Am gestrigen Mittwoch zeigten unsere Mitarbeiter großen Teamgeist, als sie beim MOPO-Teamstaffellauf im Hamburger Stadtpark an den Start gingen. So sprangen Kollegen und Freunde spontan für erkrankte Läufer ein, andere reisten extra aus Berlin an und sogar Mütter in Elternzeit gingen auf die fünf Kilometer lange Strecke. Insgesamt waren wir in diesem Jahr mit sieben Staffeln, bestehend aus jeweils fünf Mitarbeitern, vertreten.

MIT ALTEN GERÄTEN GUTES TUN

25.8.

25.08.2015 // Wohin mit ausgemusterten, aber noch voll funktionsfähigen Diensthandys? Nach einigen Recherchen lag die Antwort für uns auf der Hand: Wir spenden sie der AfB-Gruppe, die die gespeicherten Daten professionell löscht, die ausgedienten Mobiltelefone verkauft und den Erlös in ihr soziales Projekt fließen lässt. So kamen 1.300 Euro für die AfB, Europas erstes gemeinnütziges IT-Systemhaus, zusammen. Durch die Wiederverwertung der Geräte wird außerdem Elektroschrott vermieden und eine erhebliche Menge CO₂ eingespart. Neben diesem Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz engagiert sich die AfB auch noch im sozialen Bereich. Gemäß ihrem Firmennamen „Arbeit für Menschen mit Behinderung“ haben über 50 Prozent der Mitarbeiter ein Handicap und werden von ihrem Arbeitgeber auf diese Weise in die Berufswelt integriert. Ein vorbildliches Konzept, das wir von der Hanseatic Bank durch unsere Spende unbedingt unterstützen wollten!

1.8.

NEUES AUSBILDUNGSANGEBOT

01.08.2015 // Neben dualen Studiengängen und dem Ausbildungsberuf Dialogmarketing bieten wir seit Sommer 2015 nun auch die Ausbildung zum Kaufmann/-frau für Büromanagement an. Während der Ausbildung werden nahezu alle Bereiche der Bank durchlaufen, sodass nach erfolgreichem Abschluss vielfältige Einsatzmöglichkeiten bestehen. Zentrale Lerninhalte sind die allgemeinen Büro- und Geschäftsprozesse, Projektorganisation und Kundenorientierung. Außerdem können die Auszubildenden individuelle Schwerpunkte wählen.

20.7.

ALLER GUTEN DINGE SIND DREI

20.07.2015 // Schwimmen, Rad fahren, laufen – 20 Mitarbeiter zeigten am vergangenen Wochenende Ausdauer, Disziplin und Höchstleistungen auf der Strecke des diesjährigen ITU World Triatlons entlang Alster, Elbchaussee und Rathausmarkt. Erschöpft, aber glücklich nahmen unsere fünf Einzelkämpfer ebenso wie unsere fünf Staffeln ihre verdienten Medaillen entgegen und wurden dafür von Kollegen und Freunden gefeiert.

1.7.

RUNDUM GUT BETREUT

01.07.2015 // Montagmorgen, die Tagesmutter meldet sich krank, die Großeltern sind im Urlaub – wohin mit dem Nachwuchs? Um allen Müttern und Vätern des Hanseatic Bank Teams in solchen Notfällen eine kurzfristige Betreuungslösung anzubieten, wurden die neuen Eltern-Kind-Zimmer eingerichtet. Von 7 bis 19 Uhr steht ab sofort in der Hamburger Zentrale und im Service Center je ein mit Kindermöbeln und Spielzeug sowie zwei Arbeitsplätzen ausgestatteter Raum zur Verfügung. So können Eltern bei einem Betreuungseingpass auf die eingerichteten Kinderecken zurückgreifen.

11.5.

HART AM WIND

11.05.2015 // Trotz Regen, Sturm und aufbrausender Elbe nahmen die Hanseatic Dragons auch dieses Jahr wieder am Hafencup teil. Auch wenn ihr Einsatz und der feste Wille zum Sieg leider nicht für einen Platz auf dem Treppchen am gestrigen Sonntag ausreichten, war das Team wieder mit jeder Menge Spaß beim Drachenbootrennen dabei.

31.3.

GO-LIVE DES NEUEN INTERNET-BANKINGS

31.03.2015 // Ganz im Sinne der fortschreitenden Digitalisierung haben wir kürzlich unser neues Internet-Banking-System gelauncht. All unseren Kreditkartenkunden wurde ein Onlinezugang eingeräumt, sodass ihre Bankgeschäfte nun komplett online laufen können. So rufen die Inhaber einer Kreditkarte der Hanseatic Bank ihre Kontoauszüge beispielsweise über ihr virtuelles Postfach ab. Für Kunden, die ihre Auszüge lieber in Papierform bekommen möchten, ist jedoch auch das möglich. In Zukunft hält unser neues Internet-Banking viele weitere Möglichkeiten bereit, die uns als Bank noch effizienter machen und den Service für unsere Kunden weiter verbessern.

4.2.

AUSGEZEICHNET

04.02.2015 // Bereits zum zweiten Mal haben wir am Wettbewerb „Hamburgs beste Arbeitgeber“ teilgenommen – wieder mit Erfolg. Dank der Bewertungen unserer Mitarbeiter haben wir es mit drei Sternen erneut in die Sternekategorie geschafft. Das ist aber kein Grund zum Ausruhen. Für die Zukunft wollen wir uns im Sinne unserer Mitarbeiter stetig weiter verbessern, um gute Arbeitsbedingungen in angenehmer Atmosphäre zu schaffen.





Digitalisierung als Entwicklungsmotor

Überweisungen, Kontostandabfrage, Aktienverwaltung – mit einem Smartphone hat man heute seine Bank praktisch immer dabei. Während jedoch in einigen Teilen der Welt, wie zum Beispiel in Afrika, China, Indien und Südkorea, bereits auch Löhne per Handy ausgezahlt werden und Mobile Payment weit verbreitet ist, nutzen die Deutschen das Mobile Banking noch verhalten. Im internationalen Vergleich liegt das bevölkerungsreichste Land Europas diesbezüglich nur im unteren Mittelfeld. Das gibt Anlass zu der grundsätzlichen Frage: Wie digital ist Deutschland?

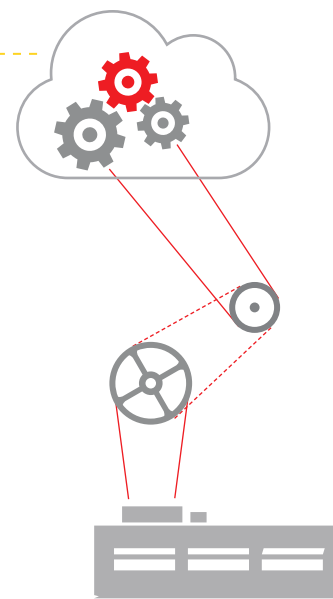
Nach aktuellen Studien sind rund 16 Millionen Bundesbürger dauerhaft offline.

Es wird gepostet, gegoogelt, getwittert und gemailt. Gefühlt ist jeder rund um die Uhr online. Doch der Schein trügt, wie mehrere aktuelle Studien zeigen, die sich auf repräsentative Umfragen zur digitalen Mediennutzung der Deutschen berufen. Konkret heißt das, dass immerhin rund 16 Millionen Bundesbürger dauerhaft offline sind. Ein Grund hierfür ist laut Meinungsforschern die schwache Infrastruktur. So gibt es hierzulande noch immer kein flächendeckendes schnelles Internet. Besonders ländliche Gebiete sind oft unzureichend angebunden. Bei der durchschnittlichen Netzgeschwindigkeit liegt Deutschland beispielsweise noch hinter Rumänien. Ein anderer ausschlaggebender Grund sei die fehlende Bildung beziehungsweise das Desinteresse an digitalen Themen. So bestünde bei den sogenannten Offlinern – von denen viele Senioren und Frauen über 50 Jahre sind – häufig gar keine Nachfrage nach einem schnellen Internetanschluss, weil sie schlicht keinen Nutzen im Internet sehen. Darüber hinaus äußern viele von ihnen die Angst da-



vor, ihre Daten preiszugeben. Im Gegensatz dazu belegen Studien, dass deutliche 69 Prozent der Internetnutzer nichts gegen die Analyse und Auswertung ihres Informations- und Kaufverhaltens haben, wenn sie dem vorher zustimmen. Immerhin knapp 60 Prozent der Verbraucher sehen einen Vorteil in den individuellen Angeboten, die dadurch möglich werden.





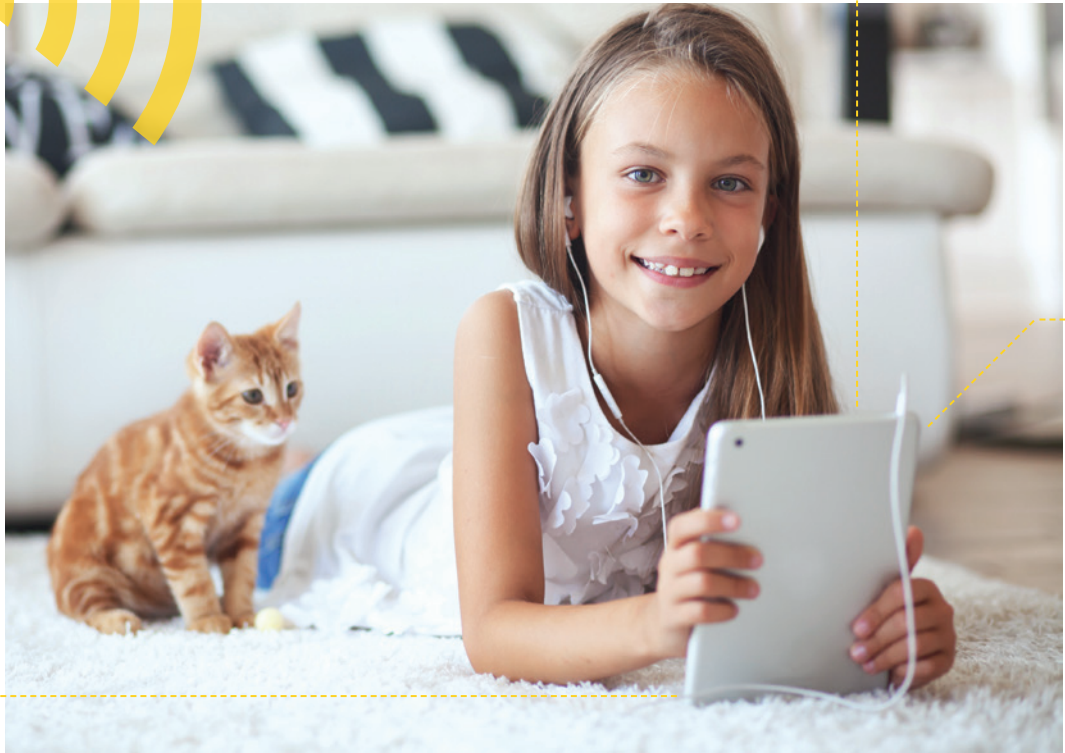
Um sowohl Internetverweigerern ihre Angst zu nehmen als auch junge Nutzer im richtigen Umgang mit den digitalen Medien zu schulen, muss über alle Generationen hinweg Medienkompetenz vermittelt werden.

Deshalb fordern Experten beispielsweise bereits seit zehn Jahren, das Fach Medienkunde in der Schule mit aufzunehmen. Bislang ohne Erfolg – digitale Technologien in Theorie und Praxis kommen in den deutschen Lehrplänen so gut wie nicht vor. Angesichts des fehlenden Fachwissens auf Seiten der Lehrer und oft auch der Eltern ist das nicht verwunderlich. Nicht selten ist die heutige Jugend ihrer Erziehergeneration auf diesem Gebiet weit überlegen. Inzwischen wurde von der Bundesregierung immerhin ein Ministerium mit dem Thema „Digitalisierung“ betraut, getan hat sich jedoch noch nicht viel. Vorbilder für die erfolgreiche Vermittlung von Medienkompetenz sind von Indien, China und Südkorea über Neuseeland, Brasilien und die USA bis hin zu Irland, Großbritannien

und Estland viele Staaten in aller Welt. So gehört Informatik in diesen Ländern längst zur Allgemeinbildung und ist Pflichtfach in der Schule. In Estland lernen sogar schon die Erstklässler das Programmieren. Ein weiteres gutes Beispiel ist auch das generationsübergreifende Projekt namens „Jung spricht mit Alt“. Während Bewohner US-amerikanischer Seniorenheime jemanden zum Reden haben und gleichzeitig die Computertechnik lernen, verbessern Schüler einer brasilianischen Sprachschule durch das Gespräch per Videochat ihr Englisch. Dies ist ein schöner Beleg dafür, dass das Internet Mehrwerte im Bereich Bildung und Soziales für alle Zielgruppen bietet.

Vor allem für die potenziellen Internetnutzer in der Altersgruppe 65 plus eröffnen die digitalen Medien und Dienste große Chancen und führen oft auch zu einer Steigerung der Lebensqualität. Aufgrund der zunehmend eingeschränkten Mobilität im Alter kann das Internet für Senioren ein Weg sein, weiterhin am sozialen Leben teilzuneh-

Insbesondere für die Altersgruppe 65 plus ermöglichen die digitalen Medien eine Steigerung der Lebensqualität.



In Deutschland soll es bis zum Jahr 2018 möglich sein, flächendeckend breitbandig zu surfen.

men. Immer mehr Informationen von Veranstaltungsterminen bis hin zu Fotos und persönlichen Nachrichten von Kindern und Enkeln stehen ausschließlich online zur Verfügung. Eine aktuelle Studie belegt, dass zwei Drittel der über 65-Jährigen heute aufgrund der fehlenden Internetnutzung hiervon ausgeschlossen werden. Sowohl Meinungsforscher als auch Experten befürworten deshalb Initiativen, die die Möglichkeiten der digitalen Technologien aufzeigen, um die gesamte Bevölkerung für dieses so wichtige Zukunftsthema zu sensibilisieren. Sie fordern von der Politik, mit entsprechenden Maßnahmen einen Bewusstseinswandel im Zuge der digitalen Transformation herbeizuführen. Das von der deutschen Regierung ausgerufene Ziel, dass bis zum Jahr 2018 alle Bundesbürger flächendeckend breitbandig surfen können, ist zumindest ein Schritt in die richtige Richtung. Doch allein der schnelle Internetanschluss für alle reicht hier nicht aus. Parallel zum Ausbau der Infrastruktur ist die zu leistende Aufklärungsarbeit immens wichtig. Dies betrifft vor allem auch die jüngsten Onliner, in deren Alltag das Internet längst angekommen ist.

Über die Hälfte der Achtjährigen ist in Deutschland online und selbst unter den Dreijährigen surft jedes zehnte Kind im Internet.

In diesem Zusammenhang spielen Risikothemen wie Cyber-Mobbing und der Schutz der Privatsphäre eine wichtige Rolle. Die im Rahmen der Studie „Kinder in der digitalen Welt“ befragten Eltern sehen somit einerseits Gefahren für ihren Nachwuchs bei der Nutzung der digitalen Angebote. Auf der anderen Seite werden aber auch die Chancen wahrgenommen. Insbesondere möchten Eltern ihren Kindern mit dem Zugang zum Internet einen guten Start in eine Gesellschaft ermöglichen, die sich zunehmend digital organisiert. Immerhin sind 85 Prozent der Bundesbürger im Internet aktiv, wenn auch mit einer vergleichsweise sehr viel größeren Vorsicht als der Rest der Welt. Laut einer US-Studie nutzt beispielsweise nur jeder zweite von ihnen soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter. Damit landet Deutschland gemeinsam mit Pakistan auf dem letzten Platz von insgesamt 40 Ländern. An der Spitze steht Jordanien mit 90 Prozent, dicht gefolgt von Indonesien, den Philippinen und Venezuela. Diese Ergebnisse zeigen, dass soziale Netzwerke als ein Teil der modernen Informations- und Kommunikationstechno-



logien in den Entwicklungsländern sehr gefragt sind und maßgeblich zur Verbesserung der Lebens- und Bildungsbedingungen der Menschen beitragen.

Das Internet sowie Computer und Handys sind die Motoren der wirtschaftlichen, aber auch gesellschaftlichen Entwicklung – weltweit.

Bestes Beispiel dafür ist der Erfolg des Internets und des Mobile Bankings in Afrika, wo insbesondere das Kleingewerbe von der Mobiltechnik beflügelt wird. Durch eine bessere Erreichbarkeit kann schneller disponiert, flexibler reagiert und somit profitabler gearbeitet werden. Sehr beliebt ist darüber hinaus das Bezahlen per SMS. Über die Hälfte aller weltweiten Transaktionen dieser Art wird heute auf dem afrikanischen Kontinent abgewickelt. Ursachen hierfür sind die mangelhaften Festnetz- und Finanzinfrastrukturen. Nur die wenigsten Afrikaner verfügen überhaupt über ein Bankkonto, da allein der Weg zur nächsten Bank viel zu lang und teuer ist. Dafür besitzen mehr als 60 Prozent der Afrikaner ein Handy, das ganz einfach beim Geldtransferdienst M-Pesa registriert werden kann. Das von einer kenianischen Mobilfunkfirma eingeführte bargeldlose Zahlungssystem ermöglicht es Kunden, Geld auf das persönliche Mobilfunkkonto einzuzahlen und es über verschlüsselte SMS an andere Nutzer zu übertragen. Dass der digitale Geldtransfer darüber hinaus ein wirksames Antikorruptionsmittel ist, zeigte

sich bereits im Jahr 2009 in Afghanistan, als der Lohn vieler Polizisten erstmals elektronisch übermittelt wurde. Während die Polizisten sich zunächst über eine vermeintliche Gehaltserhöhung freuten, stellte sich im Nachhinein heraus, dass sie zuvor jahrelang von ihren Vorgesetzten um einen Teil des Lohns betrogen worden waren, die diesen bar ausgezahlt hatten. Ein weiterer Beleg dafür, dass die digitale Revolution nicht nur hierzulande, sondern vor allem auch in den Entwicklungs- und Schwellenländern ungeahnte Potenziale in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft bereithält. Umso wichtiger also, dass Deutschland die Digitalisierung nicht nur als Schlüsseltechnologie der Zukunft betitelt, sondern entsprechend handelt und wie in vielen anderen Bereichen auch hier eine Vorreiterrolle einnimmt.



Quellen: www.initiaved21.de, www.kfw-entwicklungsbank.de/PDF/Download-Center/PDF-Dokumente-Development-Research/2015-03-18_EK_Digitale-Finance.pdf, www.gothaer.de/media/ueber_uns_1/presse_neu/mediathek_1/publikationen/studien/digitalisierung/presentation.pdf, www.channelpartner.de/a/it-markt-und-statistik,3043531, www.detektor.fm/wirtschaft/handy-nutzung-in-afrika

VIELFALT IM SINNE DES KUNDEN

Die Zufriedenheit der Kunden steht bei der Hanseatic Bank an oberster Stelle. Neben einem starken und innovativen Leistungsportfolio hat sich das Hamburger Finanzhaus deshalb vor allem auch auf eine umfassende Beratung und den individuellen Service spezialisiert. Ziel ist es, durch maßgeschneiderte Angebote, eine stete Weiterentwicklung der IT-Systeme und nicht zuletzt durch den persönlichen Kontakt die täglichen Bankgeschäfte für Kunden und Partner ebenso einfach wie effizient zu gestalten.

Mit zunehmend digitalen Produkten und Serviceleistungen ergänzt die Hanseatic Bank ihr Filialnetz und trägt damit den aktuellen Marktanforderungen und Kundenwünschen Rechnung.

Die Zufriedenheit der Kunden steht bei der Hanseatic Bank an oberster Stelle.

So wurde das seit Jahren bestehende Internet-Banking Anfang 2015 optimiert und um zahlreiche neue Funktionen erweitert. Die Geldgeschäfte der rund 350.000 Kreditkartenkonten werden mittlerweile standardmäßig komplett online abgewickelt und verwaltet. Auf Wunsch des Kunden werden Kontoauszüge jedoch auch weiterhin in gedruckter Form bereitgestellt. Darüber hinaus bietet die Hanseatic Bank ihren Vertriebspartnern leistungsfähige Digitallösungen an, die für eine schnellere Abwicklung und damit höhere Effizienz sorgen. Durch das im Vertriebspartner-Portal implementierte Tool SoFie (Sofortfinanzierungsentscheidung) erhalten die Händler und ihre Kunden eine Kreditbestätigung binnen Sekunden. Zudem können die Partner der Hanseatic Bank über eine Upload-Funktion mit einem Klick Kundenunterlagen zur Kreditanfrage und -weiterbearbeitung hochladen und den jeweiligen Status jederzeit einsehen, was die Zusammenarbeit stark vereinfacht. Darüber hinaus sind viele weitere digitale Angebote in Planung wie etwa die Video-Legitimation, die elektronische Unterschrift und die Weiterentwicklung im Bereich Mobile Banking.

Um ihren Kunden weiterhin auch persönlich mit Rat und Tat zur Seite zu stehen, betreibt die Hanseatic Bank deutschlandweit zehn Filialen. Viele von ihnen wurden erst 2014 modernisiert und mit dem Fokus auf die individuelle Beratung umgebaut. Denn ob digital oder persönlich – die Hanseatic Bank richtet sich komplett nach den Bedürfnissen jedes einzelnen Kunden.

Rosi S. (66) aus Hamburg-Eimsbüttel

„Ich bin Kundin der ersten Stunde und konnte mir 1974 dank der Hanseatic Bank meinen Traum vom eigenen Auto erfüllen. Als die Hanseatic Bank mir vor einigen Jahren die Umstellung meines Kontos auf Internet-Banking angeboten hat, habe ich sofort zugestimmt. Ich finde es klasse, Überweisungen von zu Hause aus machen zu können, es ist bequem, schnell und klappte bislang immer reibungslos. Auch in Zukunft werde ich die digitalen Angebote der Hanseatic Bank wahrnehmen, sie machen Bankgeschäfte einfach einfacher. Trotzdem komme ich natürlich immer mal wieder gern in der Filiale vorbei, um persönlich mit meinen langjährigen Bankberatern zu sprechen.“



„Die Hanseatic Bank ist nicht nur örtlich gesehen meine Nachbarin, sondern auch auf emotionaler Ebene.“



Marcel S. (34) aus Hamburg-Bramfeld

„Die Hanseatic Bank ist nicht nur örtlich gesehen meine Nachbarin, sondern auch auf emotionaler Ebene. Das Ambiente ist insgesamt sehr familiär, ich schätze die persönlichen Ansprechpartner, mit denen ich meine Finanzen planen und Fragen schnell und direkt klären kann. Auch für mich als Kleinsparer nehmen sich die Finanzberater immer Zeit und ich fühle mich jederzeit willkommen. All das sind gute Gründe für mich, meine Bankgeschäfte ganz bewusst weiterhin in der Filiale und nicht im Internet zu tätigen. Denn für mich überwiegt ganz klar der menschliche Aspekt, den die Hanseatic Bank zu 100 Prozent lebt.“





Hanseatic Bank Gezitscher



Hanseatic Bank

22. DEZEMBER



Gesundheitliche Vorsorge der Mitarbeiter ist uns wichtig! Daher freuen wir uns über die Auszeichnung beim Corporate Health Award 2015.

8. DEZEMBER



Ausgezeichneter Kundenservice! Mit der Gesamtnote 1,7 wurde uns zum fünften Mal in Folge das Qualitätssiegel „TÜV Service tested“ verliehen.

7. OKTOBER



Zusammenarbeit mit hagebau ausgebaut: hagebaumarkt Partner-Card und Werkers Welt Partner-Card jetzt mit Visa-Funktion und weiteren Vorteilen.

29. JUNI



5.000 €-Spende an Sportler mit Handicap: Phoenix Sport e.V. bietet geistig und körperlich beeinträchtigten Menschen sportliche Aktivitäten.

29. APRIL



Brillante Features: Mit Reiseversicherungspaket und weltweit kostenlosen Bargeldabhebungen darf unsere neue GoldCard im Urlaub nicht fehlen.

18. FEBRUAR



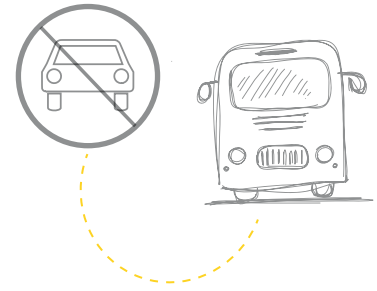
Mit einer 15.000 €-Spende für Herzenswünsche e.V. unterstützen wir vom Altonaer Kinderkrankenhaus organisierte Diabetikerschulungen auf hoher See.

5. FEBRUAR



Wir bauen unser Onlinegeschäft aus! Ab sofort finden Sie unseren Sparbrief auch auf weltsparen.de – dem digitalen Marktplatz für Festgelder.





Die jungen Wilden

Ein Montagmorgen im Jahr 2025. Müde fischt Tommy D. seinen Autoschlüssel aus der Tasche, drückt den Türöffner, aber sein Auto bleibt verschlossen. Tommy hält inne, sein Blick fällt auf den Kalender seiner Smartwatch. Monatsanfang. Na klar: Die Jahresprämie seiner Haftpflichtversicherung war fällig, die Kfz-Steuern auch – und damit ist nicht mehr genug für die monatliche Pkw-Rate auf seinem Konto übrig. Bis diese nicht getilgt ist, muss das Auto stehen bleiben. Im Schnellschritt macht sich Tommy auf den Weg zur nächsten Bushaltestelle.

Zahlungsrückstände mit sofortigen Konsequenzen – was sich heute noch nach ferner Zukunft anhört, kann morgen bereits Alltag sein. Grund hierfür sind die sogenannten FinTechs, die jungen Wilden der digitalen Finanz- und Versicherungswelt. Immer mehr Kreative und Softwareentwickler schließen sich als Start-up-Unternehmen zusammen und tüfteln an neuen Apps und Onlineplattformen rund um innovative Finanzdienstleistungen. So vielfältig, wie ihre Ideen und Angebote auf Basis disruptiver Technologien sind, so eindeutig ist ihr erklärtes Ziel: das klassische Banking neu zu definieren und damit zu revolutionieren.

Ob mobile und webbasierte Zahlungssysteme oder Kleinkredite dank Crowdlending – allein in Deutschland mischen zurzeit rund 250 FinTechs in der Finanzbranche mit.

Und es werden täglich mehr. So verbinden bereits jetzt viele Privatkunden ihre Bank nicht mehr mit Geldautomaten, Schaltern und Beratern mit Schlips und Kragen. Sie erledigen ihre Finanzgeschäfte direkt und einfach auf ihrem Smartphone, unabhängig von Ort und Zeit. Insbesondere die Generation der sogenannten Digi-

tal Natives, die schon in die digitale Welt hineingeboren wurde, kennt ihr Geldinstitut oft nur noch aus dem Netz. Vielleicht wird sich das Bild des typischen Bankers schon in wenigen Jahren wandeln: Anstelle des klassischen Anzugträgers sieht man dann einen Nerd in Kapuzenpulli und Bluejeans, der bei einem Chai Latte von seinem gemütlichen Berliner Hinterhoffbüro aus die Bankenwelt neu erfindet.

Trotz dieses lässigen Klischees, das bereits heute oftmals bedient wird, verbergen sich hinter den Newcomern der Bankerszene ernstzunehmende Geschäftsmänner und -frauen. So verfügen viele FinTechs über zweistellige Millionen-Investments und zum Teil über einen Kundenstamm nahe der 100.000er-Marke. Wie ernst der Boom um die Finanzrevolutionäre zu nehmen ist, zeigt auch das wachsende Interesse auf Seiten der Geldhäuser selbst. Nach dem anfänglichen Argwohn gegenüber den vermeintlichen Rivalen ist die Akzeptanz der FinTechs bei den Geldinstituten im Laufe der Zeit stetig angestiegen. Heute sieht ein Großteil der Banken die kreativen Start-ups als Bereicherung, sogar als Chance für den Einstieg in die digitale Finanzwelt.



FinTechs

Zusammengesetzt aus „Financial Services“ und „Technology“. Sammelbegriff für Technologien rund um innovative Finanzdienstleistungen.



Crowdlending

Über das Internet vermittelte Kredite unter Privatpersonen oder zwischen Privatpersonen und Unternehmen.



Dank eines professionellen Zusammenspiels zwischen den traditionellen Finanzhäusern und den modernen FinTechs ergeben sich ganz neue Absatzchancen und Märkte.



Disruptive Technologie

Eine Innovation, die Bestehendes am Markt höchstwahrscheinlich vollständig verdrängen wird.

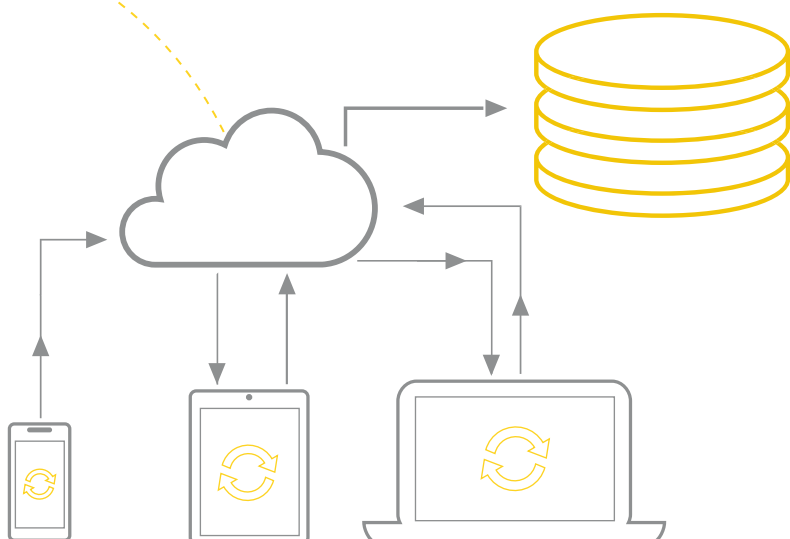
Dabei gibt es zwei Arten von Kooperationen zwischen Bank und Start-up. Zum einen übernehmen die Geldinstitute die Rolle des Kunden, wenn sie ein oder mehrere FinTechs mit der Entwicklung innovativer Finanzprodukte für sich beauftragen. Einzelne Geldhäuser haben jüngst auch eigene FinTech-Abteilungen in Form von sogenannten Entwicklungslaboren gegründet, die nicht selten von bereits bekannten Köpfen aus der Start-up-Szene geleitet werden. Zum anderen fungieren die Banken als Partner und unterstützen die Jungunternehmer mit ihrer Erfahrung, ihren Kundenkontakten und letztendlich mit ihrem Geld.

Zwar hat der eigentliche digitale Wandel im Bankwesen schon lange vor dem Gründungsboom der FinTechs begonnen, bis heute bewegen sich jedoch viele Finanzhäuser in diesem Bereich sehr zögerlich. So sind Online-Banking und die digitale Kundenkommunikation mit der Hausbank mittlerweile Standard. Laut einer aktuellen Studie fordern jedoch 80 Prozent der Kunden umfassende Veränderungen in der klassischen Finanzwelt. Ei-

nen Schwerpunkt bildet hier aus Sicht der Kunden der Bereich des Mobile Bankings, das von 87 Prozent als sinnvoll und hilfreich angesehen wird. Dabei zeichnet sich noch eine eher konservative Haltung ab, was die Wahl des Anbieters angeht. Eine Mehrheit möchte intelligente Banking-Applikationen für ihr Smartphone nutzen – jedoch am liebsten die ihrer Hausbank. Noch sind FinTechs für viele die große Unbekannte, der man nicht blind vertraut. Wirft man aber einen Blick auf die Einzelhandelsbranche, zeigt sich am Beispiel vom Online-Shopping, dass sich das Kundenverhalten mit der Zeit ändern kann. Auch Amazon hat einmal als Start-up begonnen.

So geht es auch bei der Digitalisierung im Bankwesen nicht nur darum, Analoges online anzubieten, sondern echte Innovationen zu entwickeln.

Dass man hierbei sogar einen vermeintlichen Schritt zurück zu Altbekanntem machen kann, zeigt einer der Gewinner des vom Handelsblatt initiierten Digital Banking Awards 2015. Im Bereich der FinTechs konnte sich die Cash Payment Solutions GmbH mit ihrem Bezahlendienst Barzahlen.de durchsetzen. Dank dieses neuen Zahlungsangebots können Kunden beispielsweise online auf otto.de einkaufen, offline in mehr als 9.000 Einzelhandelsfilialen – wie Rewe oder dm – bezahlen und sich das Produkt wie gewohnt nach Hause liefern lassen. Auch Forderungen von Energieversorgern oder Telekommunikationsunternehmen



können auf diese Weise bar beglichen werden. Damit tragen die Macher dem Ergebnis einer aktuellen Studie der Deutschen Bundesbank Rechnung, laut der Bargeld in Deutschland nach wie vor das meistgenutzte Zahlungsmittel ist.

Dies ist nur eines von zahlreichen Beispielen der FinTechs, die durch vermeintlich einfache Lösungen Kundenwünsche erfüllen. Darüber hinaus verdeutlicht es, dass auch die FinTechs nicht das Bankwesen als solches neu erfinden wollen, sondern der Fokus klar auf den heutigen Kundenbedürfnissen liegt. Bislang tummeln sich die kreativen Start-ups mit ihren intelligenten Anwendungen rund um das Bezahlen, Anlegen und Leihen von Geld jedoch überwiegend im Privatkundenbereich. Dass besonders bei dieser Zielgruppe die innovativen Finanzangebote Anklang finden, liegt vor allem an der vorhandenen Infrastruktur. So ergibt Mobile Banking nur Sinn, wenn das hierfür notwendige Smartphone jederzeit griffbereit ist.

Im Segment der Firmenkunden sind die FinTechs deshalb bisher seltener vertreten.

Während es im Zahlungsverkehr und auch in der kurzfristigen Liquiditätsbeschaffung für kleinere Unternehmen bereits alternative Ansätze abseits der Bankenwelt gibt, bietet der Bereich der digitalen Lösungen für Konzerne noch viel Potenzial. Gegenüber ihren jungen Wettbewerbern profitieren die klassischen Geldinstitute dabei von langjährigen Erfahrungen, fundierten Marktkenntnis-

sen und nicht zuletzt dem über Jahre aufgebauten Vertrauen zu ihren Geschäftskunden. Dennoch verdeutlichen bereits vorgestellte Ideen und Geschäftsmodelle von Start-ups, dass sich die Finanzrevoluzzer durchaus auch mit den komplexeren Themen der Bankenbranche beschäftigen.

Umso wichtiger ist es also für die großen Geldhäuser, die Chancen, die sich daraus ergeben, wahrzunehmen und den digitalen Wandel – auch in enger Kooperation mit FinTechs – aktiv mitzugestalten. Bekanntlich kann sich schon morgen die Finanzwelt mit einer neuen Herausforderung der Digitalisierung konfrontiert sehen – die Schlüsselworte hierbei lauten Kryptowährungen und Blockchain. Innovative Techniken, die noch in den Kinderschuhen stecken, jedoch im Jahr 2025 schon Alltag sein könnten. Denn ebenso wie das Internet, dessen Dimensionen Anfang der 1990er Jahre kaum vorstellbar waren, wird insbesondere die Blockchain noch viele technologische Entwicklungen ermöglichen, die heute noch Wunschenken sind.



Quellen: www.der-bank-blog.de/prozent-bankkunden-fintech-studien/digitalisierung-finanzdienstleistung/21102, www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Veroeffentlichungen/Studien/zahlungsverhalten_in_deutschland_2014.pdf?__blob=publicationFile



Blockchain

Speichert bei Transaktionen zwischen Computern alle Veränderungen detailliert und auf mehreren Rechnern, sodass sie für alle Beteiligten nachvollziehbar und kaum nachträglich zu ändern sind.



Kryptowährung

Ein digitales Zahlungsmittel, das durch seine Verschlüsselung als sicher gilt und dessen Marktwert sich anhand von Angebot und Nachfrage ergibt.



Matthias Blaß,
Leiter Produktmanagement,
Hanseatic Bank

BANKATHON – KREATIVSCHMIEDE FÜR NEUE BANKPRODUKTE

Seit einigen Jahren mischen kreative finanznahe Start-ups die Bankenbranche ordentlich auf. Diese sogenannten FinTechs erfinden intelligente digitale Anwendungen, die die täglichen Finanzgeschäfte vereinfachen und somit den Kunden einen großen Mehrwert bieten. Um Ideen zu sammeln und neue Finanzlösungen zu entwickeln, riefen die FinTechs Gini und Figo in Kooperation mit einigen Großbanken im April 2015 den ersten deutschen Bankathon ins Leben. Hierzu setzten sie sich gemeinsam mit Finanzexperten und Softwareentwicklern zusammen, um in einer vorgegebenen Zeit innovative Banking-Produkte zu erfinden – dabei waren der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Inspiriert vom Erfolg dieses Events eifern immer mehr führende Geldinstitute der Initiative der FinTechs nach.

Die Société Générale veranstaltete vom 26. bis zum 27. Juni 2015 ihren ersten eigenen internationalen Bankathon.

Bei einem Bankathon werden innerhalb einer vorgegebenen Zeit neue Softwareprodukte für Banken entwickelt.

Hierzu lud der französische Mutterkonzern der Hanseatic Bank über 100 Experten seiner Tochterunternehmen aus aller Welt nach Rumänien ein. Kleine Teams aus bis zu sechs Personen unterschiedlicher Fachbereiche entwickelten dabei innerhalb kürzester Zeit zahlreiche kreative Business-Applikationen. Für die Hanseatic Bank nahm Matthias Blaß, Leiter Produktmanagement, teil. *„Es gab viele interessante App-Ideen, von personalisierten Mobile-Banking-Plattformen, die der Kunde selbst gestalten kann, über mobile Bezahlsysteme für den stationären Handel bis hin zu Banking-Apps, die den Austausch zwischen Kunde und Bank über mobile Endgeräte auf einfachste Weise ermöglichen“*, so Blaß. Dabei ging es nicht zwingend um Lösungen im Umfeld des Mobile Bankings, sondern vor allem um neue Ideen für ein besseres Kundenerlebnis in allen Bereichen der Société Générale. *„Ein immer wiederkehrendes Element bei fast allen der 16 Projektteams war die Gamification, also die Intention, dass der Bankkunde auch Spaß bei seinen Bankgeschäften haben soll – und das bei bestmöglicher Benutzerfreundlichkeit“*, erläutert Blaß.

Nicht das Produkt selbst steht im Vordergrund neuester Entwicklungen, sondern der Kundennutzen.

Dieser Strategie folgend erfreuen sich auch die FinTechs einer wachsenden Akzeptanz bei den traditionellen Finanzinstituten. Agileres Arbeiten, die Bereitschaft zum Ausprobieren neuer Ideen und vor allem die klare Fokussierung auf den Kunden sind für die Hanseatic Bank gute Gründe, um ständig im Dialog mit den FinTechs zu bleiben und Kooperationen einzugehen. So bietet die Hanseatic Bank ihre Anlageprodukte bereits über die Plattformen weltsparen.de und zinspilot.de an. Blaß: *„Wir schauen regelmäßig, wo eine Zusammenarbeit sinnvoll ist, um unsere Produkte und Prozesse so zu optimieren, dass wir Neukunden und Bestandskunden gleichermaßen ein besseres Erlebnis bieten können.“*

Das Geschäftsjahr 2015

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2015

GESCHÄFTSMODELL

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

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

Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

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

WIRTSCHAFTSBERICHT

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen

Die deutsche Wirtschaft wächst derzeit überwiegend durch die lebhaftere Binnennachfrage. Treibende Faktoren sind die günstige Arbeitsmarktlage und die kräftigen Zuwächse der realen verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte. Mit rund 2 % Wachstum ist der private Konsum 2015 so stark gewachsen wie seit 15 Jahren nicht mehr. Damit trug der Konsum mit etwa 60 % zum gesamtwirtschaftlichen Wachstum bei. Mit der erwarteten Erholung der Absatzmärkte außerhalb des Euroraums und dem sich noch etwas verstärkenden Wirtschaftswachstum im Euroraum sollte die gute Grundkonstitution der deutschen Wirtschaft in den nächsten beiden Jahren noch stärker zum Tragen kommen.

Unter diesen Bedingungen könnte die deutsche Wirtschaft – nach einer Zunahme des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) um 1,7 % im Jahr 2015 – in den kommenden Jahren vergleichbar expandieren. Dabei werden am Arbeitsmarkt trotz des durch die Zuwanderung vergrößerten Angebots verstärkt Engpässe und in der Folge höhere Lohnzuwächse erwartet. Die Teuerungsrate könnte sich von erwarteten 0,2 % im Jahr 2015 auf 1,1 % im Jahr 2016 und 2,0 % im darauf folgenden Jahr erhöhen. Große Unsicherheit besteht über die Höhe der zu erwartenden Flüchtlingszuwanderung und ihre gesamtwirtschaftlichen und fiskalischen Auswirkungen.

Die positive Entwicklung des privaten Konsums ist für die Hanseatic Bank als ein auf Konsumentenkredite spezialisiertes Kreditinstitut ein wesentlicher Einflussfaktor ihrer Geschäftstätigkeit. Ein weiterer Faktor ist die Zahl der Erwerbstätigen, welche 2015 mit 43,0 Millionen den höchsten Stand seit der Wiedervereinigung erreicht hat.¹ Eine gesteigerte Erwerbsbeteiligung der inländischen Bevölkerung sowie die Zuwanderung ausländischer Arbeitskräfte gleichen negative demografische Effekte aus. Für das Jahr 2016 wird von einer weiterhin guten Entwicklung des Arbeitsmarkts ausgegangen, was den privaten Konsum positiv beeinflussen wird.

Bankenbranche

Die Bankenbranche wird auch weiterhin aufgrund der regulatorischen Anforderungen gezwungen, ihre Geschäftsaktivitäten anzupassen. Die Euro-Schuldenkrise, die verunsicherten Märkte, die Verschärfung der Bankenaufsicht und die regulatorischen Eigenkapitalanforderungen bleiben bestimmende Themen. Verbraucher- und Anlegerschutz, Kundenzufriedenheit und verantwortungsvolles Kreditgebaren stehen nach wie vor als zentrale Aufgaben im Privatkundengeschäft der Banken für die kommenden Jahre im Vordergrund. Die Zuwächse im verfügbaren Einkommen der Haushalte, verbunden mit der gestiegenen Erwerbsquote, unterstützen das Geschäftswachstum und reduzieren die Kreditverluste. Das niedrige Zinsniveau führt unverändert zu einem Druck auf die Zinsmarge und fordert dadurch die Bankenbranche, ihre Strukturen weiter zu optimieren.

RELEVANTER MARKT UND WETTBEWERB

Der Markt für Baufinanzierungen entwickelte sich in den Jahren 2011 bis 2014 mit einem jährlichen Wachstum von rund 3 % moderat aufwärts. Im Jahr 2015 hat sich der 2014 bereits abzeichnende Anstieg deutlich verstärkt. Unterstützt durch das niedrige Zinsniveau und die solide konjunkturelle Entwicklung ist das Neugeschäft im Wohnungsbau 2015 nach vorläufigen

Daten um 22,0 % auf 244 Mrd. Euro deutlich angestiegen.² Die Hanseatic Bank hat sich bei Krediten an Immobilieneigentümer auf das unbesicherte Konsumentendarlehen spezialisiert und ist in diesem Nischenmarkt Marktführer. Es wird im Jahr 2016 von keiner signifikanten Verschiebung der Marktanteile ausgegangen, obwohl neue Wettbewerber in den Markt eingetreten sind. Unterstützt durch das mittelfristig unverändert niedrig erwartete Zinsniveau wird eine anhaltend hohe Nachfrage nach Konsumentendarlehen in Ergänzung zu Baufinanzierungen erwartet.

Der Absatzfinanzierungsmarkt umfasst in den letzten Jahren ein relativ stabiles Gesamtvolumen. Die fünf größten Wettbewerber halten ihre Position und tauschen untereinander Marktanteile aus.³ Im Bereich der Absatzfinanzierung hat die Hanseatic Bank bereits im Geschäftsjahr 2012 ihre Strategie von der reinen Absatzfinanzierung hin zu einer Finanzierung über eine Kreditkarte gewechselt. Infolgedessen ist der Marktanteil im Bereich der klassischen Absatzfinanzierung deutlich gesunken. Auch für die Folgejahre wird eine Fortsetzung des rückläufigen Trends erwartet.

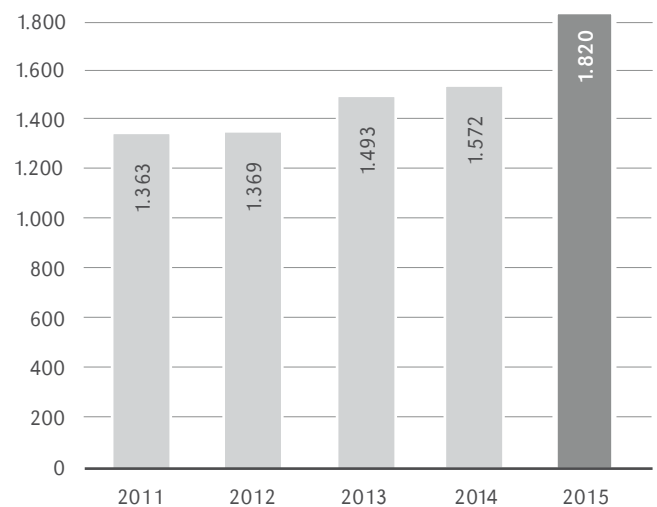
Der Kreditkartenmarkt in Deutschland wächst weiterhin stabil. Der Großteil des Marktes wird gleichwertig von Visa und Mastercard beherrscht, während American Express und Diners Club zusammen nur etwa 6 % aller Kreditkarten in Deutschland ausmachen.⁴ Der Wettbewerb in diesem Markt ist sehr stark. Zudem konkurrieren Produkte wie V-Pay und die EC-Maestro Card mit der Kreditkarte. Während in den nächsten Jahren jährlich mit 5 bis 6 % ein hohes Wachstum an Transaktionen erwartet wird, weist die Prognose für die Anzahl von Kreditkarten und das revolvingende Kreditkartengeschäft mit 2 bis 3 % nur moderate Wachstumsraten auf.⁵ Die Hanseatic Bank verfolgt einen Wachstumskurs in diesem Bereich mit dem Vertrieb von White-Label-Kreditkarten über große Kooperationspartner sowie mit dem Vertrieb der hauseigenen GenialCard über Partnerschaften und über Onlinekanäle. Die Hanseatic Bank bietet ihren Kunden durch unterschiedlich zusammengestellte Produkteigenschaften wie Loyalty-Programme, attraktive Vergünstigungen durch die Vorteilswelt oder besondere Versicherungspakete ein interessantes Produkt an, mit dem ein sukzessiver Ausbau der Marktposition erwartet wird.

GESCHÄFTSVERLAUF

Auch im Geschäftsjahr 2015 hat die Bank ihre im Geschäftsjahr 2012 gesetzte Strategie, sich auf die Kernprodukte EigentümerDarlehen, Kreditkartengeschäft und Konsumentenkredite mittels Kreditkarten zu fokussieren, weiter fortgesetzt. Das Gi-

rokontengeschäft wurde zum 30. November 2015 aufgrund untergeordneter strategischer Bedeutung in Verbindung mit steigenden gesetzlichen Anforderungen eingestellt. Der prozessuale Mehraufwand, der durch die EU-Zahlungskontenrichtlinie ausgelöst wird, stand in keinem Verhältnis zu dem mit rund 1.500 Girokonten sehr kleinen Geschäftsbereich. Im eigenen Kreditgeschäft schloss das Neugeschäft der Hanseatic Bank mit 489 Mio. Euro um 41,8 % über dem Vorjahr und 23,8 % über dem geplanten Wert ab. Dabei lag das Neugeschäftsvolumen des EigentümerDarlehens mit 316 Mio. Euro um 54,9 % über dem Vorjahr sowie 43,6 % über dem Plan. Aufgrund eines hohen Kartenwachstums wiesen die Kreditkartenumsätze mit 135 Mio. Euro ebenfalls einen deutlichen Anstieg um 25,8 % gegenüber dem Vorjahr auf, konnten die Erwartungen von 141 Mio. Euro jedoch nicht vollständig erfüllen.

Neugeschäftsvolumen in Mio. Euro



Die Kreditkartenumsätze lagen insgesamt mit 247 Mio. Euro um 27,4 % über dem Vorjahr und lediglich um 1,5 % unter dem geplanten Wert von 251 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 1,3 Mrd. Euro um 8,5 % über dem Vorjahr und um 2,3 % über dem Plan. Positiv wirkten sich hier die deutliche Umsatzausweitung bei Otto insbesondere gegen Ende des 2. Halbjahres 2015 und das Weihnachtsgeschäft aus.

Das gesamte Neukreditgeschäft stieg somit gegenüber dem Vorjahr um 15,8 % auf 1.820 Mio. Euro. Damit ergibt sich eine Bilanzsumme von 2,4 Mrd. Euro, die deutlich über dem Vorjahr

(2,1 Mrd. Euro) liegt. Der Bilanzgewinn beträgt 25,1 Mio. Euro und liegt aufgrund der einmaligen Provisionsaufwendungen an Vermittler für das deutlich über den Erwartungen liegende Kreditneugeschäft um 1,0 Mio. Euro (3,8 %) unter dem Plan.

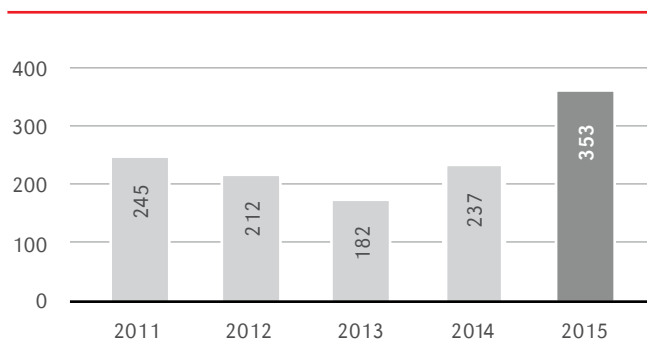
Ergänzend zum Kreditgeschäft werden den Kunden im Einlagenbereich Sparprodukte zur Geldanlage bei der Hanseatic Bank angeboten. Im vergangenen Geschäftsjahr hielt sich das Volumen der Sparprodukte unverändert auf einem stabilen Niveau. Die Refinanzierung über institutionelle Kunden wurde um 84 Mio. Euro auf 210 Mio. Euro zur Diversifikation ausgeweitet. Zinsgünstige EZB-Gelder wurden über die Société Générale in einem Umfang von 170 Mio. Euro aufgenommen. Die Refinanzierungssätze haben sich über das Jahr stabil entwickelt, und es konnten trotz der allgemein starken Konkurrenzsituation unverändert stabile Margen auf Planniveau erzielt werden.

Tilgungskredite im eigenen Kreditgeschäft

Die bereits 2014 erfolgreich vorgenommene Neupositionierung des EigentümerDarlehens hat sich auch 2015 mit einem stark ansteigenden Absatzvolumen positiv fortgesetzt. Nachdem 2014 bereits eine Ausweitung um 46,5 % gegenüber dem Vorjahr erzielt worden war, konnte 2015 erneut ein Wachstum von 54,9 % auf 316 Mio. Euro erzielt werden. Der Plan wurde um fast 100 Mio. Euro übertroffen.

Die Neugeschäftsentwicklung bei den weiteren Konsumentenkrediten stieg dagegen mit 37 Mio. Euro vergleichsweise leicht um 13,5 % über das Vorjahresniveau. Der Plan wurde um 11,0 % übertroffen.

Neugeschäft Tilgungskredite in Mio. Euro



Insgesamt ergibt sich somit ein erheblicher Neugeschäftsanstieg im Tilgungskreditbereich des eigenen Kreditgeschäfts gegenüber dem Vorjahr um 49,1 %.

Kreditkarten

Die Hanseatic Bank bietet White-Label-Kreditkarten in Kooperationen mit Partnern wie dem Warenhauskonzern Karstadt, dem Onlineshop Notebooksbilliger.de oder den Hagebaumärkten am Point of Sale sowie online an. Zusätzlich werden Kreditkarten auch in Form der hauseigenen GenialCard direkt oder über Partner angeboten. Die Kombination der klassischen Bezahlungsfunktion mit der Option einer Ratenkreditaufnahme macht dieses Produkt für verschiedene Verwendungsmöglichkeiten interessant. Der Kreditkartenumsatz konnte gegenüber dem Vorjahr deutlich um 25,8 % gesteigert werden, unterschritt jedoch mit 135 Mio. Euro leicht den angestrebten Umsatz. Der durchschnittliche Bestand lag 2015 bei 181 Mio. Euro und damit 1,4 % über dem Plan.

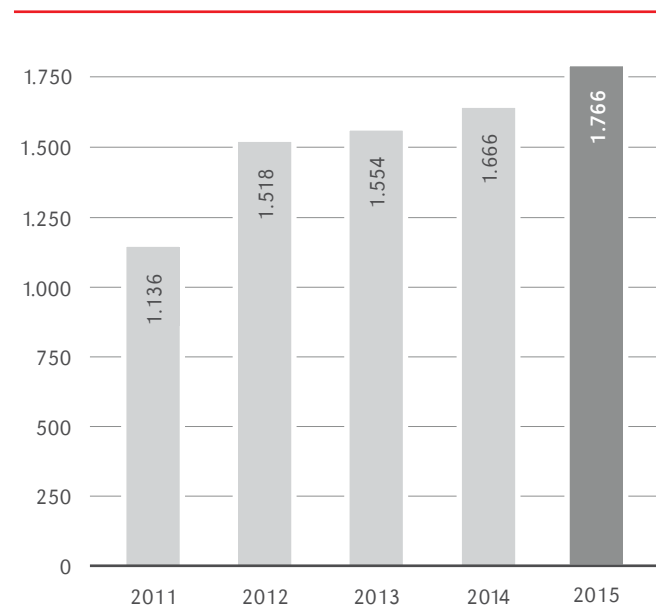
Factoring

Das Wachstum im Factoring-Geschäft wird durch die Geschäftsentwicklung bei den Distanzhändlern Otto und Schwab bestimmt. Unterstützt durch den wachsenden E-Commerce konnte der erfolgreiche Umsatz aus dem Vorjahr nochmals um 8,5 % auf 1.331 Mio. Euro deutlich gesteigert werden. Der Forderungsankauf lag damit leicht über den ambitionierten Erwartungen.

Einlagen

Die Entwicklung des Einlagengeschäfts mit Kunden im Geschäftsjahr 2015 orientierte sich unverändert an dem Bedarf der Aktivseite der Bilanz. Das erforderliche Wachstum im Einlagenbestand aus dem Kundengeschäft konnte mit 6,0 % im

Einlagenbestand in Mio. Euro



Jahr 2015 fortgesetzt werden. Die Zinssätze der Einlageprodukte 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 um 84 Mio. Euro auf 210 Mio. Euro ausgeweitet. Ergänzend wurden zinsgünstige EZB-Gelder über die Société Générale in einem Umfang von 170 Mio. Euro aufgenommen.

PROJEKTE

Konsolidierung der Kreditsysteme

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

Regulatorische Anforderungen

Mit neuen Instrumenten und einer intensiveren Überwachung wollen die Europäische Zentralbank, die Bundesbank und die BaFin Risiken im Bankensektor früher erkennen und ihnen rechtzeitig entgegenwirken. Um laufend besser informiert zu sein, stellt die Aufsicht zahlreiche neue Anforderungen an die Finanzinstitute. Die Hanseatic Bank hat für sich verschiedene Maßnahmen identifiziert, die sie umsetzen muss. Als eine Art Fahrplan, der alle wichtigen Stationen aufführt, dient dabei in den nächsten Jahren eine sogenannte Regulatory Roadmap. Die Roadmap wurde 2015 mit Unterstützung einer externen Beratungsgesellschaft entwickelt und hat regulatorische Handlungsfelder identifiziert, die in den Folgejahren in eine 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 2015 mit der sukzessiven Umsetzung begonnen.

MITARBEITER

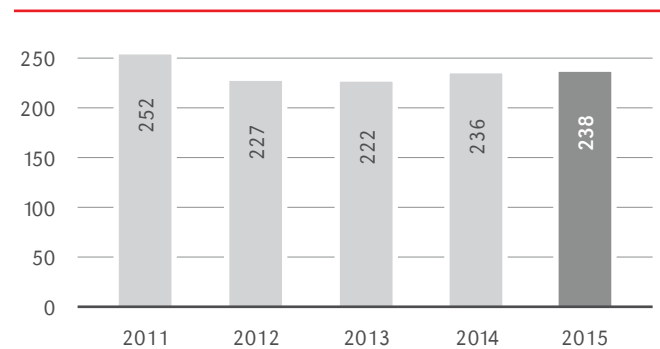
Die Bank beschäftigte am Ende des Geschäftsjahres 2015 insgesamt 238 Mitarbeiter (Dezember 2014: 236), davon 179 Vollzeit-, 55 Teilzeitbeschäftigte und 4 Auszubildende. In der

eigenen Servicegesellschaft (HSCE) wurde auf die Entwicklung im Neugeschäft reagiert. Zum Jahresende 2015 lag die Anzahl der Mitarbeiter im HSCE bei 205 (Dezember 2014: 192).

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 das Konzept der Work-Life-Balance wurde auch 2015 weiter ausgebaut und durch Maßnahmen bewusster gemacht.

Mitarbeiter



ERTRAGSLAGE

Im Geschäftsjahr 2015 erzielte die Bank einen Bilanzgewinn in Höhe von 25,1 Mio. Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 7,9 Mio. Euro beziehungsweise 45,5 % gegenüber 2014. Neben einer sehr erfreulichen Geschäftsentwicklung 2015 ist auch die Ergebnisbelastung aus 2014 von 3,9 Mio. Euro zu berücksichtigen, die aus der Urteilsverkündung des Bundesgerichts-

Finanzielle Leistungsindikatoren

	Ist 2013	Ist 2014	Plan 2015	Ist 2015
Gewinn v. Ertragsteuern (Mio. EUR)	21,4	18,8	26,1	24,6
Eigenkapitalrentabilität (%)	16,9	12,8	15,6	14,7
Kreditrisikoquote (%)	2,47	2,77	2,89	2,71
Cost-Income-Ratio (%)	44,1	42,2	40,8	42,1

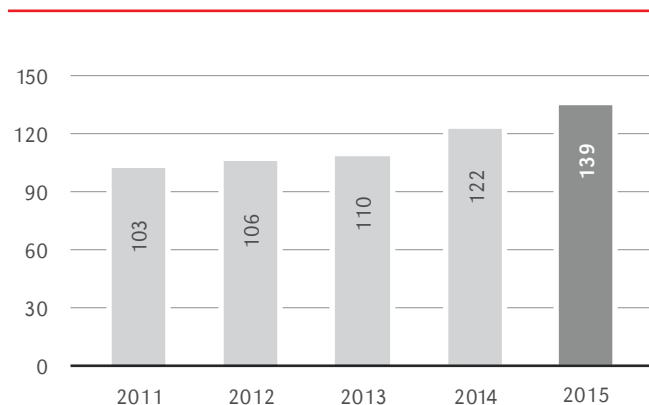
hofes über die Zulässigkeit der Erhebung von Bearbeitungsgebühren resultierte.

Im Rahmen der internen Steuerung werden regelmäßig finanzielle Leistungsindikatoren ermittelt und analysiert, die sich an den Anforderungen des Geschäftsmodells orientieren. Ausgewählte wesentliche Leistungsindikatoren dokumentieren eine solide Stabilität in der Entwicklung. Die Rentabilität stieg im Vergleich zum Vorjahr und dies trotz erhöhtem Eigenkapital, das aufgrund der Ausweitung des Geschäftsvolumens und zur Unterlegung der Basel-III-Anforderungen notwendig war. Die Kreditrisikoquote weist das Verhältnis der Kreditrisikoaufwendungen zum Forderungsbestand aus. Die Entwicklung zeigt eine verbesserte Qualität des Forderungsbestands gegenüber dem Vorjahr und dem Plan auf. Das Verhältnis Kosten zu Erträgen (Cost-Income-Ratio) lag im Jahr 2015 bei 42,1 % und damit auf Vorjahresniveau. Wie erwartet, stieg der Verwaltungsaufwand verbunden mit der Ausweitung des Geschäftsvolumens und führte zu einer leichten Planüberschreitung in der Cost-Income-Ratio.

Zinsergebnis

Das Zinsergebnis der Hanseatic Bank verzeichnet mit 139 Mio. Euro einen erheblichen Anstieg um 13,8 % gegenüber dem Vorjahr. Die positive Entwicklung ist auf das Geschäftswachstum 2014 und 2015 zurückzuführen. Die Bestandsausweitung von 8,5 % im Jahresverlauf 2014 bei Forderungen an Kunden wirkte sich 2015 als Ganzjahreseffekt im Zinsergebnis aus. Im Geschäftsjahr 2015 hat sich die positive Bestandsentwicklung um 12,8 % auf 2.120 Mio. Euro deutlich fortgesetzt. Bei unverändert stabilen und zufriedenstellenden Zinssätzen im Kreditgeschäft führte dies 2015 insgesamt zu einem Anstieg des Zinsertrags um 14 Mio. Euro auf 166 Mio. Euro.

Zinsergebnis in Mio. Euro

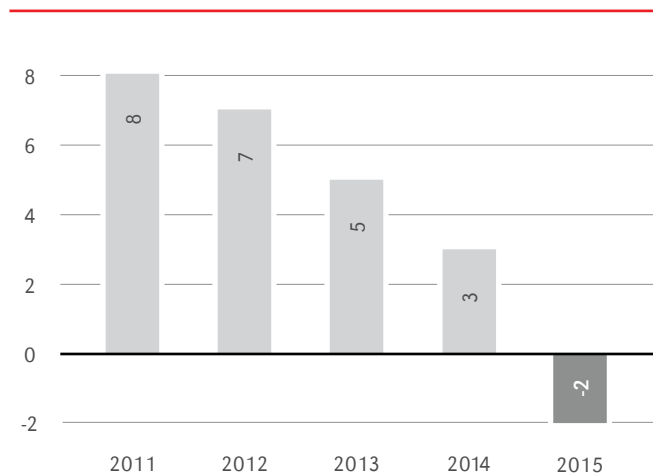


Provisionsergebnis

Das Provisionsergebnis leistete im abgelaufenen Geschäftsjahr aufgrund des erneut hohen Neugeschäftswachstums und den damit verbundenen Provisionsaufwendungen im eigenen Kreditgeschäft einen abnehmenden Beitrag.

Durch den Vertrieb von Versicherungsleistungen konnten die Provisionserträge um 3,1 % auf 18,3 Mio. Euro erneut ausgeweitet werden.

Provisionsergebnis in Mio. Euro



Der Ausbau des Kreditkartengeschäfts sowie des Bereichs Eigentümerdarlehen führte hingegen zu einer ansteigenden Belastung durch Vermittlungsprovisionen, die aber die erfolgreiche Kundenwachstumsstrategie der Bank in diesem Bereich widerspiegeln. In der Folge sind die Provisionsaufwendungen insgesamt um 5,2 Mio. Euro auf 19,9 Mio. Euro angestiegen.

Verwaltungsaufwendungen

Die Aufwendungen der Bank sind um 6,2 Mio. Euro (11,5 %) auf 60,4 Mio. Euro gestiegen. Die Steigerung ist mit 3 Mio. Euro wesentlich auf vereinbarte Aufwendungen für die Corporate Service Fee der Société Générale zurückzuführen.

Der aufgrund der Geschäftsausweitung im Jahresverlauf 2014 erhöhte Mitarbeiterbestand führte 2015 zusammen mit einer leichten Ausweitung sowie Tarifierpassungen und erhöhter Altersvorsorge zu einer Steigerung im Personalaufwand um 1 Mio. Euro (6,5 %) auf 15,4 Mio. Euro.

Der weitere Sachaufwand lag um 2,3 Mio. Euro (5,9 %) über dem Vorjahr. Die zielgerichteten Marketingaktivitäten zu den Themen Customer-Lifecycle, Kundenerlebnis und Kartenaktivierung wirkten sich mit einer erwarteten Steigerung von 1 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr aus. Die um 0,8 Mio. Euro leicht erhöhten Aufwendungen im Bereich der IT-Infra- und Applikationsstruktur sind durch Konsolidierungen der Systeme begründet und werden mittelfristig zu Einsparungen in diesem Bereich führen.

Risikoergebnis

Die Risikovorsorge in Form von Wertberichtigungen wurde im Geschäftsjahr laufend an die Kreditrisiken unter Berücksichtigung eines vorsichtigen Bewertungsansatzes angepasst. Die Risikokosten lagen mit 58 Mio. Euro insbesondere aufgrund des um 12,8 % gestiegenen Forderungsbestands über dem Vorjahreswert (52 Mio. Euro). Eine Auswirkung auf die Risikovorsorge resultierte ergänzend zum einen aus dem Einsatz des 2014 neu eingeführten Modells zur Risikovorsorgeermittlung, welches zusammen mit der Konzernmutter Société Générale entwickelt worden war, und zum anderen aus der strukturellen Veränderung im eigenen Kreditgeschäft des Gesamtportfolios. Positive Effekte resultierten aus der allgemein verbesserten wirtschaftlichen Situation der Kunden und der erneut verbesserten Kreditbearbeitung zahlungsgestörter Kredite.

Das Wertberichtigungsverfahren für das eigene Kreditgeschäft berücksichtigt Verzugstage und den Basel-III-Ausfallstatus. Das Verfahren ist somit an den regulatorischen Vorgaben der Capital Requirements Directive (CRD IV) und Capital Requirements Regulation (CRR) ausgerichtet.

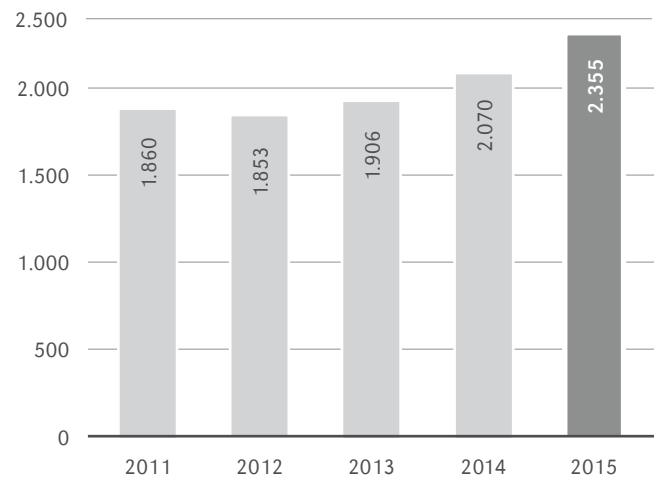
Das Wertberichtigungsverfahren für das Factoring-Geschäft wird auf Basis von Übergangswahrscheinlichkeiten zum Inkasso gebildet, welche wiederum auf den Mahnstufen der Distanzhändler Otto und Schwab basieren.

FINANZ- UND VERMÖGENSLAGE

Die Bilanzsumme stieg unter anderem in Folge der Neugeschäftsentwicklung im Bereich Factoring und Eigentümerdarlehen gegenüber Dezember 2014 um 285 Mio. Euro auf 2.355 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.

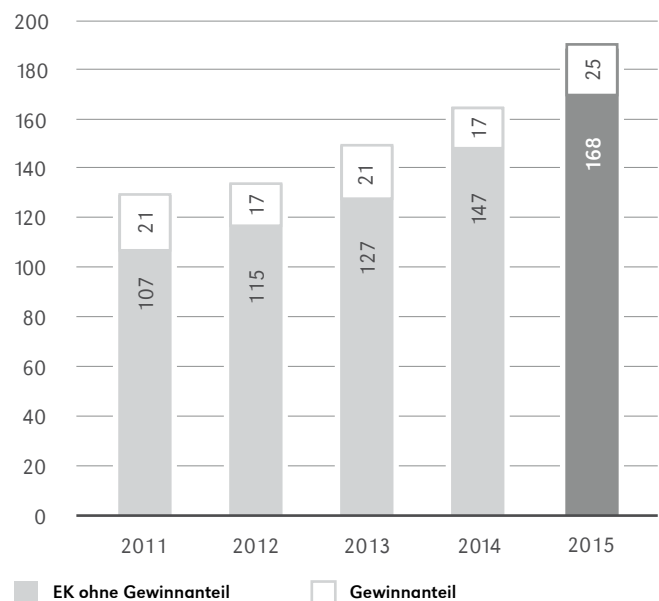
Bilanzsumme in Mio. Euro



Eigenkapital und Liquidität

Zum Ende des Geschäftsjahres 2015 verfügte die Hanseatic Bank über ein Eigenkapital in Höhe von 193 Mio. Euro. Dabei entfielen 25 Mio. Euro auf den Bilanzgewinn. Im Geschäftsjahr 2015 hat eine Kapitalerhöhung um 21 Mio. Euro stattgefunden. Den Gesellschaftern wird eine Vollausschüttung des Gewinns mit anschließender Kapitaleinzahlung in Höhe von 25 Mio. Euro vorgeschlagen.

Eigenkapital in Mio. Euro



In Abhängigkeit von der weiteren Entwicklung des Geschäftsvolumens ist eine zusätzliche Kapitaleinzahlung zu prüfen.

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

Die Hanseatic Bank verfolgt die Änderung der Eigenkapitalanforderungen aus Basel III und leitet notwendige Maßnahmen ab. Insbesondere soll in den nächsten Jahren das Eigenkapital weiterhin sukzessive erhöht werden. Basel III beziehungsweise dessen Umsetzung in europäisches Recht (CRR/CRD IV) enthält daneben 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 Nettzahlungsmittelabflüsse innerhalb von 30 Tagen gegenübergestellt. Die Meldung ist monatlich abzugeben und erfolgte erstmals per Stichtag zum 31.03.2014. Die LCR lag zum Abschlussstichtag mit 167 % deutlich über dem seit Oktober 2015 einzuhaltenden Wert von 60 %.

Die Liquiditätskennzahl lag zum Abschlussstichtag mit 2,5 über den Anforderungen der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht.

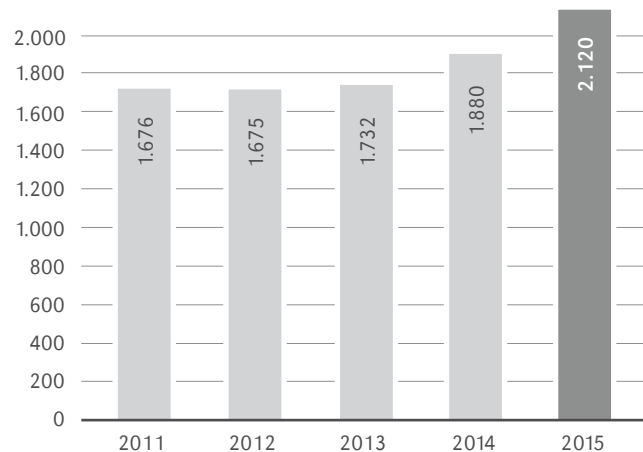
Zur Liquiditätssicherung hält die Hanseatic Bank Refinanzierungslinien über den Konzern Société Générale in Höhe von 150 Mio. Euro vor. Zum 31.12.2015 wurden diese nicht in Anspruch genommen.

Forderungsvolumen

Das Forderungsvolumen im Jahr 2015 stieg gegenüber dem Vorjahr um 12,8 % auf 2.120 Mio. Euro an. Den größten Anteil im Forderungsbestand hatte das Factoring mit 1.101 Mio. Euro. Der Bestand ist hier um 9,3 % gegenüber dem Vorjahr deutlich angestiegen.

Das Neugeschäft im Factoring von 1.331 Mio. Euro wirkte sich nur teilweise auf die Bestandserhöhung aus, da die durchschnittlichen Kreditlaufzeiten deutlich unter einem Jahr lagen. Die hohe Neugeschäftsentwicklung im eigenen Kreditgeschäft führte zu einem Zuwachs von 17,3 % bei den Forderungen an Kunden. Das Wachstum im Kreditkartengeschäft um 18,2 % auf 195 Mio. Euro und des Forderungsbestands im Bereich Eigentümerdarlehen mit 22,6 % auf 776 Mio. Euro haben ebenfalls zu der Ausweitung des Forderungsvolumens beigetragen.

Forderungsvolumen in Mio. Euro



Wertpapiere

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

RISIKOBERICHT

Verantwortung

Die Verantwortung für das Management und die Steuerung sämtlicher Risiken liegt in der Gesamtverantwortung der Geschäftsführung. Sie gibt die Geschäfts- und die Risikostrategie vor, auf deren Basis wiederum die Kompetenzordnungen festgelegt werden. Die Strategien stehen im Einklang mit den Vorgaben des Mehrheitsgesellschafters.

Risikotragfähigkeit

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

Die Hanseatic Bank hat ihre bedeutenden Risiken in der Risikotragfähigkeit zusammengefasst. In der für die Steuerung primär relevanten periodischen Risikomessung werden dabei die

Interest Margin (realisiertes Risiko (=Ergebnis aus Ist/Plan-Vergleich zum Stichtag), Zinsspannenrisiko, Vertriebsrisiko, Liquiditätsrisiko), das Net Fee Income, die Kostenrisiken (Personal-, Werbe-, EDV- und sonstige Kosten) und das Adressenausfallrisiko, bestehend aus unerwarteten Verlusten aus EigentümerDarlehen, Factoring und Sonstige, dem Risikodeckungspotenzial gegenübergestellt. Mögliche stille Lasten werden in der Ermittlung des Risikodeckungspotenzials berücksichtigt, Migrations- und Spreadrisiken finden keine Berücksichtigung. In der ökonomischen (barwertigen) Risikomessung wird zwischen Adressenausfallrisiko, Zinsänderungsrisiko, Refinanzierungsrisiko und operationellem Risiko unterschieden. Das wesentlichste Risiko der Hanseatic Bank besteht im Adressenausfallrisiko (Kreditrisiko), welches in der periodischen Risikobetrachtung in der Limitvergabe 49,3 % des Risikodeckungspotenzials von 75,9 Mio. Euro (2016) auf sich vereint, gefolgt von der Interest Margin (31,9 %), den Kostenrisiken (12,9 %) und dem Net Fee Income (5,8 %). Das Risikodeckungspotenzial wird gemäß der aufsichtsrechtlichen Beurteilung bankinterner Risikotragfähigkeitskonzepte ermittelt. Dabei werden bei der periodischen Risikotragfähigkeit der geplante Gewinn vor Steuern, gemindert um einen Sicherheitsabschlag von 10 %, mit dem Bilanzgewinn, bereinigt um die gewinnabhängigen Steuern des laufenden Geschäftsjahres, und den regulatorisch ungebundenen Eigenmitteln zusammengefasst. Hierbei wird lediglich so viel Eigenkapital mit einbezogen, dass selbst bei einem vollständigen Aufzehren des Deckungspotenzials die bankaufsichtlichen Mindestkapitalanforderungen noch erfüllt sind. Die Ausgangsgröße zur Ableitung des ökonomischen Risikodeckungspotenzials bildet der Barwert aller Aktiva und Passiva inklusive der Unterstrichbilanzpositionen, abzüglich der barwertigen Risikoprämien, der barwertigen Kapitalkosten und der barwertigen Betriebskosten sowie zuzüglich der freien regulatorischen Eigenmittel und des Bilanzgewinns, bereinigt um die gewinnabhängigen Steuern des laufenden Jahres.

Die Risikotragfähigkeit der Hanseatic Bank wird vierteljährlich erstellt und berichtet.

Bei der Aufstellung der periodischen Risikotragfähigkeit im sogenannten Going-Concern-Ansatz wird die Risikodeckungsmasse (Stichtag 31.12.2015: 75,9 Mio. Euro) dem Value-at-Risk (Konfidenzniveau von 99 %, Stichtag 31.12.2015: 45,2 Mio. Euro) gegenübergestellt. Im Rahmen einer parallel durchgeführten zweiten Betrachtung (Konfidenzniveau von 99,9 %) werden die Ergebnisse im Extremfall (Stichtag 31.12.2015: 60,5 Mio. Euro) mit der vorhandenen Risikodeckungsmasse verglichen. Zusätzlich werden halbjährlich 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.

Im Geschäftsjahr 2015 war die Risikotragfähigkeit der Hanseatic Bank zu jedem Zeitpunkt in allen Steuerungskreisläufen (periodisch, ökonomisch, aufsichtsrechtlich) gegeben. Die Summe der Risiken befand sich für alle gemessenen Risikoarten innerhalb des von der Geschäftsführung definierten Gesamtbanklimits. Dieses Gesamtbanklimit stellt dabei periodisch – wie oben beschrieben – die Verteilung des realisierten beziehungsweise erwarteten Gewinns des laufenden Geschäftsjahres abzüglich eines 10%igen Puffers und des ungebundenen Eigenkapitals auf die Risikoarten dar; stille Reserven werden nicht berücksichtigt. Gleiches gilt für die ökonomische Sicht, bei der die zukünftigen barwertigen Cash Flows des Bestandportfolios (ohne Neugeschäft und ohne stille Reserven) verteilt werden.

Im aktuellen Geschäftsjahr wurden die Verfahren laufend weiterentwickelt und optimiert.

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. vierteljährliche Risikoberichte).

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 auch explizit die Verantwortung für die Methodik der Quantifizierung aller mit Risikodeckungspotenzial unterlegten Risikoarten ein. Die Verantwortung für das Management des Zinsänderungsrisikos und der Liquiditätsrisiken liegt im Bereich Finanzwesen.

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

Adressenausfallrisiken

Im Privatkundenkreditgeschäft werden ausschließlich Kredite an natürliche Personen vergeben, sodass sich das Adressenausfallrisiko bei der Hanseatic Bank auf die Zahlungsunfähigkeit dieser Kreditnehmergruppe beschränkt. Branchenspezifische Entwicklungen haben somit keinen direkten Einfluss auf das Adressenausfallrisiko. Eine wesentliche Risikokonzentration kann ebenfalls nicht beobachtet werden. Jedoch weist die Hanseatic Bank eine nicht wesentliche Risikokonzentration in der Ertragsseite im Factoring aus.

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

Die Kreditentscheidungen für die verschiedenen Geschäftsportfolios werden auf Basis eines Scorings unter Berücksichtigung des Risiko-Rendite-Verhältnisses getroffen. Die Hanseatic Bank hat für sämtliche strategische Geschäftsfelder mathematisch-statistische Scorekarten auf Grundlage historischer 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 für das eigene Kreditgeschäft werden auf einen Horizont von 12 Monaten auf eine Masterratingskala kalibriert. Für das Factoring-Geschäft existiert kein bankeigenes Scorekarten-Modell, da die Kreditentscheidung im Rahmen der automatisierten Bonitätsprüfung durch die Distanzhändler Otto und Schwab erfolgt.

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

Zur Früherkennung etwaiger Kreditausfallrisiken werden monatlich Kennzahlen (ermittelt anhand nicht gezahlter Raten und anhand von Basel-Ausfällen, jeweils zur Grundgesamtheit je Vintage) und Analysen erstellt sowie monatliche Ausschüsse abgehalten, anhand derer das Geschäft überwacht wird und gegebenenfalls Maßnahmen beschlossen werden. Die Ausfallrate aller Forderungen über alle Laufzeiten beträgt für das Gesamtportfolio 7,0%; über das eigene Kreditgeschäft 3,5% (Ratenkredite 3,3% und Revolving 4,6%) und über das Factoring 10,1%.

Kontrahentenrisiko

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

Marktpreisrisiken

Die Hanseatic Bank ist ein Nichthandelsbuchinstitut. Die wenigen Aktivitäten im Rahmen der strategischen Anlage im Anlagebuch werden in einem engen Rahmen durchgeführt. Marktpreisrisiken ergeben sich somit für die Hanseatic Bank vornehmlich in Gestalt von Zinsrisiken im Zinsbuch. Diese Risiken werden durch eine möglichst fristenkongruente Refinanzierung sowie fixierte Rahmenbedingungen für die Handelsaktivitäten der Aktiv- und Passivseite begrenzt. Das Zinsrisiko ist gemäß Konzernvorgabe unter einem Threshold (Frühwarnindikator) von 4,5 Mio. Euro zu halten und darf ein Limit von 9 Mio. Euro nicht übersteigen. Das Zins- und Liquiditätsrisiko wird hierbei über Limite in Abhängigkeit der Fristen (kurz-, mittel- und langfristig) gesteuert. Dabei stützt die Hanseatic Bank ihre Entscheidungen zur Quantifizierung, Begrenzung und Steuerung des Zinsrisikos auf ein barwertiges Risikomodell. Die wesentlichen Eingangsparameter für dieses Modell werden von der Konzernmutter Société Générale genehmigt und einem regelmäßigen Backtesting unterzogen. Zudem werden Zinsswaps (Volumen zum 31.12.2015 beträgt 186 Mio. Euro) zur Steuerung des Zinsänderungsrisikos gekauft. Daneben wird quartalsweise der Risikostatus auf Grundlage des Baseler Zinsschocks (+/- 200 bpt.) gemäß den im Jahr 2011 angepassten Vorschriften berechnet.

Die Hanseatic Bank wies im Berechnungszeitraum zu keinem Stichtag im Sinne dieser Vorschriften ein erhöhtes Zinsrisiko auf. Die Auslastung ist als gering einzustufen.

Liquiditätsrisiko

Die Hanseatic Bank refinanziert sich weitgehend aus Kundeneinlagen. Die Hanseatic Bank war im Berichtszeitraum höchst liquide, und es bestanden zu keinem Zeitpunkt offene Liquiditätspositionen. Ein Refinanzierungsrisiko besteht lediglich in der Gefahr steigender Refinanzierungskosten über den Mutterkonzern, welche im Rahmen eines globalen Liquiditätsmanagements verpflichtet ist, die Hanseatic Bank immer mit ausreichend Liquidität zu versorgen.

Bei der Hanseatic Bank kann das Liquiditätsrisiko im engeren Sinn, also aufgrund von Liquiditätsengpässen durch den Ausfall eingeplanter Zins- und Tilgungszahlungen (Terminrisiko) sowie durch die überraschende Inanspruchnahme von Kreditlinien oder durch den Abzug von Einlagen, entstehen (als Abrufisiko zu bezeichnen). Das Abrufisiko tritt vornehmlich als

Gegenparteirisiko im großvolumigen Kredit- und Einlagengeschäft auf. Im Kreditgeschäft der Hanseatic Bank werden unwiderrufliche Kreditlinien im Individualkundengeschäft in sehr geringem Umfang gewährt. Im Factoring-Geschäft der Bank bestehen gegenüber den Forderungsverkäufern Ankaufszusagen. Diese können jedoch nicht durch das Verhalten der Forderungsverkäufer im Sinne einer freien Abrufentscheidung in Anspruch genommen werden.

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

Der Finanzbereich der Bank überwacht laufend die Einhaltung der Liquiditätsverordnung. Die Liquiditätskennziffer nach LiquiV soll mindestens 1,0 betragen. Die Hanseatic Bank hat sich eine interne Grenze von 1,1 gesetzt, zum Stichtag 30.09.2015 betrug die Kennzahl 1,74. Zusätzlich gilt seit dem 01.10.2015 die Liquidity Coverage Ratio (LCR) in Höhe von 60 % verbindlich für alle Finanzinstitute. Das bedeutet, dass der Bestand an erstklassigen liquiden Aktiva mindestens 60 % der Nettoabflüsse der nächsten 30 Tage betragen muss. Es folgt eine stufenweise Erhöhung bis 2018 auf 100 % (internes Limit 110 %). Zum Stichtag 31.07.2015 betrug die LCR der Hanseatic Bank 175 % nach Vorgabe der delegierten Verordnung zur LCR.

Operationelle Risiken (OpRisk)

Das operationelle Risiko der Hanseatic Bank beschreibt die Gefahr von Verlusten, die infolge der Unangemessenheit oder des Versagens von internen Verfahren, Menschen und Systemen oder durch externe Ereignisse verursacht werden, einschließlich Rechtsrisiken. Zur Messung wird der fortgeschrittene Messansatz (AMA) im Sinne des Artikels 321 ff. CRR eingesetzt. Für die operationellen Risiken ist die OpRisk- und Compliance-Abteilung verantwortlich, die die laufende Identifizierung, Messung, Steuerung, Überwachung und Analyse durchführt. Diese Einzelbetrachtungen werden zu einem Gesamtbankrisiko aggregiert. Im Geschäftsjahr 2015 sind 201 Schadenfälle aufgetreten, bei denen der jeweilige Bruttoschaden 1 TEuro oder mehr betrug. Der sich daraus ergebende Gesamtbruttoschaden belief sich auf ca. 0,9 Mio. Euro. Durch ein qualitatives Schadenmanage-

ment konnten Teilbeträge zurückerlangt und der Gesamtbetrag auf ca. 0,5 Mio. Euro Nettoschaden gesenkt werden.

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

Vertriebsrisiko

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

Governance

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

Übergeordnetes Gremium ist der Risikoausschuss, der in der Regel monatlich die Gesamtrisikosituation der Bank sowie Änderungen im Risikomanagementsystem diskutiert. Ferner werden in diesem Ausschuss Veränderungen in der Kreditentscheidung sowie der Geschäfts- und Risikostrategie behandelt. Der Risikoausschuss setzt sich aus der Geschäftsführung, leitenden Mitarbeitern des Markt- und Marktfolgebereichs sowie Vertretern der Société Générale aus dem Geschäftsbereich International Banking and Financial Services (IBFS) zusammen.

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

Zusammenfassende Darstellung

Die Hanseatic Bank geht im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit verantwortungsbewusst Risiken ein. Grundlage hierfür ist eine Systematik zur Identifizierung, Messung, Analyse und Steuerung von einzelnen Risiken als Bestandteil der Gesamtbankrisikosteuerung.

Darüber hinaus baut die Hanseatic Bank kontinuierlich dieses System aus, insbesondere im direkten Austausch mit dem Konzern. Die Gesamtrisikosituation in Verbindung mit den aufsichtsrechtlichen Vorgaben wird zusammenfassend im Sinne des Risiko-Rendite-Profiles als ausgewogen angesehen. In Zukunft wird die Hanseatic Bank auch weiterhin in die Optimierung des Steuerungssystems und des Risikomanagementsystems investieren, um den betriebswirtschaftlichen und gesetzlichen Anforderungen für die Kontrolle und Steuerung der Risiken gerecht zu werden.

Verbandszugehörigkeiten

Die Bank ist Mitglied im Bundesverband deutscher Banken e.V., Berlin, im Prüfungsverband deutscher Banken e.V., Köln, im Bankenverband Hamburg e.V., Hamburg, sowie 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

Mit einem Maßnahmenkatalog im Rahmen eines strategischen Optimierungsprogramms hat sich die Hanseatic Bank Ende 2010 differenzierte Ziele gesetzt, die auch 2016 weiterhin im Mittelpunkt stehen. Profitables Wachstum mit einer effizienten Abwicklung soll die Kunden- und Partnerzufriedenheit laufend verbessern. Ziel ist es, mit motivierten Mitarbeitern und striktem Risikomanagement in den Aktivitäten der Bank die Marktposition weiter auszubauen und die Referenz in den entsprechenden Märkten zu werden.

Einhergehend mit den Rahmenbedingungen, die durch die Regulierung vorgegeben werden, fokussiert die Hanseatic Bank ihre Geschäftsstrategie im Jahr 2016 weiterhin auf ihre profitableren Aktivitäten und die Bereiche mit strategischem Wachstumspotenzial. Die gute Entwicklung des Konsumverhaltens der Privatkunden bleibt ein positiver Einflussfaktor, womit der Ausblick für die Nachfrage im Konsumentenkredit- und Kreditkartengeschäft als gut einzustufen ist. Die Hanseatic Bank legt daher den Schwerpunkt ihrer Geschäftsaktivitäten im eigenen

Kreditgeschäft auf den weiteren Ausbau ihrer Kernprodukte EigentümerDarlehen und Kreditkarten. Hier wird insbesondere auf die Gestaltung der Ertragsentwicklung in Balance zu den Kreditausfällen sowie einer schlanken Kostenstruktur Wert gelegt. Das derzeitige Niveau der Sparquote lässt die Annahme zu, dass dem Vorsorgemotiv derzeit hinreichend Rechnung getragen wird. Es ist für die Anlageprodukte davon auszugehen, dass diese weiterhin auf dem hohen 2015er Niveau nachgefragt werden. Aufgrund dieser Rahmenbedingungen plant die Hanseatic Bank eine Steigerung des Zinsüberschusses auf 154 Mio. Euro, was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr von 11 % entspricht. Nach dem vorgesehenen Anstieg im Verwaltungsaufwand 2015 ist für 2016 ein leichter Rückgang um 3 % auf 59 Mio. Euro vorgesehen. Es wird erwartet, dass Investitionen und Prozessoptimierungen 2016 ihre Wirkung entfalten.

Die Hanseatic Bank plant für das Geschäftsjahr 2016 auf dem hohen Niveau eine leichte Neugeschäftssteigerung im eigenen Kreditgeschäft um 2 % auf 499 Mio. Euro. Das Neugeschäftsvolumen in Form von Kreditkarten mit der Möglichkeit einer Ratenkreditaufnahme wird mit 35 Mio. Euro auf Vorjahresniveau erwartet, da sich die Bank auf die Bereiche Online und Mailing in der Neukartenherauslage fokussiert. Die Kreditkartenumsätze werden 2016 mit 165 Mio. Euro um 22 % höher erwartet. Der Absatz für EigentümerDarlehen wird mit 300 Mio. Euro leicht unter dem erheblichen Volumen aus 2015 prognostiziert. Im Bereich Factoring werden weiterhin nachhaltig stabile Umsätze mit einem leichten Anstieg um 2 % gegenüber dem Vorjahr auf 1.353 Mio. Euro erwartet. Aus dem ansteigenden Kreditvolumen wird ein steigender Risikovorsorgebedarf um 16 % auf 67 Mio. Euro prognostiziert. Für die Kreditrisikoquote wird eine leichte Verschlechterung auf 2,83 % erwartet.

Insgesamt wird für das kommende Geschäftsjahr ein Ergebnis aus normaler Geschäftstätigkeit geplant, das mit 35,4 Mio. Euro um 44 % über dem Niveau des abgelaufenen Geschäftsjahres liegt und damit die Eigenkapitalrentabilität auf 15,9 % erhöht. Das Investitions- und Kostenmanagement soll zusammen mit Effizienzsteigerungen im Jahr 2016 zu einer Verbesserung der Cost-Income-Ratio auf 36,4 % führen.

Neben der Zuführung des Bilanzgewinns aus 2015 in das Eigenkapital ist eine zusätzliche Erhöhung durch Einlagen der Anteilseigner von bis zu 30 Mio. Euro vorgesehen, um das erwartete Wachstum der Risikoaktiva zu unterlegen. Neben dem Wachstum der Risikoaktiva bestehen für die Folgejahre seitens der Bankenaufsicht stufenweise erhöhte Anforderungen an die Eigenkapitalausstattung, die auch in den Folgejahren zu einem weiteren Anstieg des Eigenkapitalbedarfs führen werden.

Die finanziellen Leistungsindikatoren bündeln die vorgestellten Erwartungen an die Ergebnisentwicklung für 2016. Sie dienen in der unterjährigen internen Steuerung regelmäßig als Indikatoren.

Finanzielle Leistungsindikatoren

	Ist 2015	Plan 2016
Gewinn v. Ertragsteuern (Mio. EUR)	24,6	35,4
Eigenkapitalrentabilität (%)	14,7	15,9
Kreditrisikoquote (%)	2,71	2,83
Cost-Income-Ratio (%)	42,1	36,4

Für das anschließende Geschäftsjahr 2017 sollte sich der Trend fortsetzen und die Neugeschäftspolitik der Bank weiter expansiv gestaltet werden. Insbesondere im Bereich des Kostenmanagements werden sich Erfolge einstellen, da sich die Investitionen der Jahre 2012 bis 2015 auf die Konsolidierung der IT-Landschaft fokussierten, wodurch Einspareffekte entstehen werden. Ein weiterer verstärkter Aufbau des eigenen Kreditgeschäfts wird aber dennoch zu erhöhten Produktionskosten führen.

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

Die Erfüllung der gestiegenen regulatorischen Anforderungen wird in den nächsten Jahren wesentlich Kapazitäten binden sowie Investitionen erfordern. Die Hanseatic Bank hat sich hierauf im Jahr 2015 detailliert vorbereitet und fasst die erforderlichen Maßnahmen in einer Regulatory Roadmap als Projekt zusammen.

Die Hanseatic Bank wird sich im für die Finanzwirtschaft schwierigen Umfeld gut behaupten können und wird in ihren Produkten und Märkten daran arbeiten, sich als Referenz zu entwickeln. Die Investitionen in die weitere Verbesserung des Risikomanagementsystems (u.a. Weiterentwicklung der Monitoring- und Scoringssysteme) sowie der Ausbau der Geschäftsaktivitäten im Konsumentenfinanzierungsgeschäft zur Sicherung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Bank werden laufend im Sinne einer effizienten Abwicklung fortgesetzt. Die Hanseatic Bank wird ihre strategischen Ziele konsequent mit strik-

tem Risikomanagement verfolgen und vor dem Hintergrund ihrer Risikotragfähigkeit gestalten.

CHANCENBERICHT

Aufgrund der guten Marktpositionierung bietet sich für die Hanseatic Bank die Chance, das Wachstum über die Erwartungen im Geschäftsjahr 2016 hinaus weiter zu steigern. Standardisierte Prozesse und erfahrene sowie zufriedene Vertriebspartner können die Erträge erhöhen sowie den Eintritt von Mitbewerbern wirksam einschränken. Das boomende Wachstum im Bereich E-Commerce führt zu zusätzlichem Volumen im Forderungsankauf von den Distanzhändlern Otto und Schwab. Weiterhin kann die zunehmende Inanspruchnahme von Versicherungsprodukten den Provisionsüberschuss verbessern. 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.

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 2016 sowie für die Folgejahre bedeutet auch, dass regulatorische Anforderungen und insbesondere der Eigenkapitalbedarf keinen Engpass auf dem Wachstumspfad darstellen.

NACHTRAGSBERICHT

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag liegen nicht vor.

Hamburg, 21. März 2016

Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg
Geschäftsführung



Michel Billon



Detlef Zell

Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2015

Bilanz zum 31. Dezember 2015

Aktivseite	31.12.2015 EUR	31.12.2014 TEUR
01. Barreserve		
a. Kassenbestand	191.213	137
b. Guthaben bei Zentralnotenbanken	34.832.554	13.982
<i>darunter: bei der Deutschen Bundesbank</i>	<i>34.832.554</i>	<i>13.982</i>
	35.023.767	
02. Forderungen an Kreditinstitute		
a. täglich fällig	43.805	33
	43.805	
03. Forderungen an Kunden	2.119.820.177	1.879.874
<i>darunter: durch Grundpfandrechte gesichert</i>	<i>15.273.692</i>	<i>9.892</i>
04. Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere		
a. Anleihen und Schuldverschreibungen		
aa. von öffentlichen Emittenten	186.067.408	164.638
<i>darunter: beleihbar bei der Deutschen Bundesbank</i>	<i>186.067.408</i>	<i>164.638</i>
	186.067.408	
05. Aktien und andere nicht festverzinsliche Wertpapiere	7.349	7
06. Beteiligungen	10	26
07. Anteile an verbundenen Unternehmen	183.251	183
08. Immaterielle Anlagewerte		
a. entgeltlich erworbene Konzessionen, gewerbliche Schutzrechte und ähnliche Rechte und Werte sowie Lizenzen an solchen Rechten und Werten	2.102.710	2.391
09. Sachanlagen	5.567.760	4.858
10. Sonstige Vermögensgegenstände	5.122.967	3.031
11. Rechnungsabgrenzungsposten	1.164.569	974
Summe der Aktiva	2.355.103.773	2.070.134

	31.12.2015 EUR	31.12.2014 TEUR
Passivseite		
01. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten		
a. täglich fällig	47.608	30.054
b. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	328.605.915	128.877
	328.653.523	
02. Verbindlichkeiten gegenüber Kunden		
a. Spareinlagen		
aa. mit vereinbarter Kündigungsfrist von drei Monaten	650.131.557	640.393
ab. mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als drei Monaten	3.621.726	3.613
	653.753.283	
b. Andere Verbindlichkeiten		
ba. täglich fällig	452.467.894	483.697
bb. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	660.157.944	538.898
	1.112.625.838	
	1.766.379.121	
03. Sonstige Verbindlichkeiten	4.987.533	3.899
04. Rechnungsabgrenzungsposten	46.927.037	44.552
05. Rückstellungen		
a. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	6.168.960	5.370
b. Steuerrückstellungen	43.000	8
c. andere Rückstellungen	9.226.607	6.841
	15.438.567	
06. Nachrangige Verbindlichkeiten	0	20.074
07. Eigenkapital		
a. gezeichnetes Kapital	83.950.000	83.950
b. Kapitalrücklage	65.224.162	44.224
c. Gewinnrücklagen		
ca. Rücklage für Anteile an einem herrschenden oder mehrheitlich beteiligten Unternehmen	100.000	100
cb. andere Gewinnrücklagen	18.296.838	18.297
	18.396.838	
d. Bilanzgewinn	25.146.992	17.287
	192.717.992	
Summe der Passiva	2.355.103.773	2.070.134
01. Eventualverbindlichkeiten		
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften und Gewährleistungsverträgen	24.135	28
02. Andere Verpflichtungen		
Unwiderrufliche Kreditzusagen	17.476.669	39.592

Gewinn- und Verlustrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015

	EUR	2015 EUR	2014 TEUR
01. Zinserträge aus			
a. Kredit- und Geldmarktgeschäften	161.981.868		147.347
b. festverzinslichen Wertpapieren und Schuldbuchforderungen	3.894.266		4.233
	165.876.134		
02. Zinsaufwendungen	26.688.058	139.188.076	29.320
03. Laufende Erträge aus			
a. Aktien und anderen nicht festverzinslichen Wertpapieren	216		0
b. Beteiligungen	13.918	14.134	0
04. Erträge aus Gewinngemeinschaften, Gewinnabführungs- oder Teilgewinnabführungsverträgen		525.203	398
05. Provisionserträge	18.290.851		17.738
06. Provisionsaufwendungen	19.886.432	-1.595.581	14.710
07. Sonstige betriebliche Erträge		6.777.302	7.560
08. Allgemeine Verwaltungsaufwendungen			
a. Personalaufwand			
aa. Löhne und Gehälter	12.259.798		11.805
ab. Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	3.102.158		2.624
<i>darunter: für Altersversorgung</i>	<i>1.038.681</i>		
	15.361.956		
b. Andere Verwaltungsaufwendungen	45.018.983	60.380.939	39.708
09. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf immaterielle Anlagewerte und Sachanlagen		1.670.561	3.254
10. Sonstige betriebliche Aufwendungen		1.424.576	4.897
11. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Forderungen und bestimmte Wertpapiere sowie Zuführungen zu Rückstellungen im Kreditgeschäft		57.898.951	52.029
12. Erträge und Zuschreibungen zu Forderungen und bestimmten Wertpapieren sowie aus der Auflösung von Rückstellungen im Kreditgeschäft		425.700	0
13. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Beteiligungen, Anteile an verbundenen Unternehmen und wie Anlagevermögen behandelte Wertpapiere		227.041	160
14. Erträge aus der Zuschreibung zu Beteiligungen, Anteile an verbundenen Unternehmen und wie Anlagevermögen behandelte Wertpapiere		902.000	0
15. Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit		24.634.766	18.769
16. Außerordentliche Aufwendungen		0	
17. Außerordentliches Ergebnis		0	-71
18. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-281.643		1.395
19. Sonstige Steuern, soweit nicht unter Posten 10 ausgewiesen	-230.583	-512.226	16
20. Jahresüberschuss		25.146.992	17.287
21. Bilanzgewinn		25.146.992	17.287

Anhang für das Geschäftsjahr 2015

RECHTSGRUNDLAGE

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

BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSMETHODEN

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

Guthaben bei der Bundesbank

Das Bundesbankguthaben wird zum Nominalbetrag ausgewiesen.

Forderungen an Kreditinstitute

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

Forderungen an Kunden

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

Tilgungskreditgeschäft

Die Forderungen aus dem eigenen Ratenkreditgeschäft werden zum Kredit-Nennbetrag einschließlich Bearbeitungsgebühren und aktivischer Zinsabgrenzungen ausgewiesen. Die Bearbeitungsgebühren werden passivisch abgegrenzt und laufzeitanteilig linear vereinnahmt. Eine weitere passivische Zinsabgrenzung ist nicht erforderlich, da die Zinsberechnung taggenau monatlich nachträglich erfolgt. Die 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.

Übriges eigenes Kreditgeschäft

Die Kontokorrentkredite sind zum Nominal-Kreditbetrag 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.

Wertpapiere des Umlaufvermögens

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

Finanzanlagen

Wertpapiere des Anlagevermögens

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

Die im Bestand befindlichen Aktien sind börsenfähige und 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 abgezinnten 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 3,89 % im Sinne der RückAbzinsV zugrunde gelegt. Als Gehaltssteigerungen wurden 2,00 % angenommen, als Rentensteigerung 1,75 %. Die Dynamik der Beitragsbemessungsgrenze der gesetzlichen Rentenversicherung wurde mit 2,00 % berücksichtigt. Bezüglich der Fluktuation wurden unternehmenseigene Fluktuationstabellen herangezogen.

Andere Rückstellungen

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 Abzinsungszinssätze werden für Rückstellungen für Alterszeitverpflichtungen in den sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und Unterstützung sowie für die anderen Rückstellungen in den allgemeinen Verwaltungsaufwendungen ausgewiesen.

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

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

Bewertungseinheiten

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

Bei den Grundgeschäften handelt es sich um die Produkte SparBrief Dynamik sowie SparBrief, welche unter dem Passivposten „Verbindlichkeiten gegenüber Kunden“ bilanziert werden. Die Zinsrisiken aus diesen begebenen Grundgeschäften werden mithilfe von Plain-Vanilla-Receiver-Zinsswaps auf den Drei-Monats-EURIBOR (Sicherungsgeschäfte) abgesichert. Zum Stichtag wurde ein Grundgeschäftsvolumen in Höhe von nominal 746.611 TEuro mit einer Laufzeit von bis zu 4 Jahren einbezogen. Die gegenläufigen Sicherungsgeschäfte sind derart ausgestaltet, dass diese in allen risikorelevanten Parametern den Grundgeschäften zum Zeitpunkt des Geschäftsabschlusses und während der Laufzeit des Grundgeschäfts entsprechen.

Die Hanseatic Bank schließt Zinsswaps zur Steuerung des Zinsänderungsrisikos ab. Hierbei handelt es sich ausschließlich um OTC-Derivate, welche mit der Konzernmutter als Gegenpartei gehandelt werden. Diese Derivate befinden sich vollständig in Bewertungseinheiten. Für die Ermittlung der beizulegenden Zeitwerte der derivativen Finanzinstrumente kommen Mark-to-market-Bewertungen auf Grundlage von Informationen beziehungsweise Modellen zum Einsatz, welche von dem Mutterkonzern Société Générale durchgeführt und als zuverlässig angesehen werden. Die Wert- bzw. Zahlungsstromänderung der Grund- und Sicherungsgeschäfte – bezogen auf die abgesicherten Risiken – werden sich voraussichtlich über die gesamte Zeit des Bestehens der Bewertungseinheiten in vollem Umfang ausgleichen.

Die Wirksamkeit der Sicherungsbeziehung wird bei Designation der Bewertungseinheit sowie monatlich zum Abschlussstichtag kontrolliert. Es ist eine effektive Absicherung der Grundgeschäfte in Bezug auf die bestehenden Risiken gegeben.

Die bilanzielle Abbildung der gebildeten Bewertungseinheiten erfolgt nach der Einfrierungsmethode im Sinne des IDW RS HFA 35.

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

ANGABEN ZUR ERLÄUTERUNG DER BILANZ

Anlagenspiegel

	Anschaffungskosten			Stand am 31.12.2015 TEUR
	Stand am 01.01.2015 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	
Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere des Anlagevermögens	129.899	32.308	21.098	141.109
Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere des Umlaufvermögens	32.607	11.064	0	43.671
Aktien	7	0	0	7
Beteiligungen	26	0	26	0
Anteile an verbundenen Unternehmen	183	0	0	183
Immaterielle Anlagewerte	14.630	562	800	14.392
Sachanlagen (Betriebs- und Geschäftsausstattung)	12.313	1.682	1.095	12.901
	189.665	45.616	23.019	212.263

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	626.881	669.808	769.625	53.506	2.119.820
<i>davon Forderungen mit unbestimmter Laufzeit</i>	<i>185.906</i>				

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

Finanzanlagen

In den festverzinslichen Wertpapieren sind stille Reserven zum Bilanzstichtag in Höhe von 13.091 TEuro (i. Vj. 16.054 TEuro) enthalten. Der beizulegende Wert der festverzinslichen Wertpapiere wurde anhand von Börsenkursen ermittelt und beträgt 196.757 TEuro (i. Vj. 177.905 TEuro), der Buchwert beträgt 183.666 TEuro (i. Vj. 161.851 TEuro).

Wertpapiere des Umlaufvermögens

Die Wertpapiere des Umlaufvermögens in Höhe von 43.683 TEuro (i. Vj. 32.800 TEuro) werden als Liquiditätsreserve gehalten. Der Ausweis erfolgt einschließlich anteiliger Zinsen.

Von dem ausgewiesenen Bestand werden im auf den Bilanzstichtag folgenden Jahr Zinsen in Höhe von 245 TEuro (i. Vj. 32 TEuro) und zwei Wertpapiere mit einem Nominalwert von je 6.000 TEuro fällig.

Wertpapiere des Anlagevermögens

Die in Höhe von 142.384 TEuro (i. Vj. 131.838 TEuro) im Anlagevermögen ausgewiesenen Wertpapiere sind einschließlich anteiliger Zinsen ausgewiesen.

Abschreibungen			Buchwerte		
Stand am 01.01.2015 TEUR	Zugänge TEUR	Abgänge TEUR	Stand am 31.12.2015 TEUR	Stand am 31.12.2015 TEUR	Stand am 31.12.2014 TEUR
654	227	0	881	140.228	129.245
0	658	426	232	43.438	32.607
0	0	0	0	7	7
0	0	0	0	0	26
0	0	0	0	183	183
12.239	834	784	12.289	2.103	2.391
7.456	837	960	7.333	5.568	4.857
20.349	2.556	2.170	20.735	191.527	169.316

Von dem ausgewiesenen Bestand werden im auf den Bilanzstichtag folgenden Jahr 2.156 TEuro Zinsen (i. Vj. 2.594 TEuro) und ein Wertpapier mit einem Nominalwert von 11.000 TEuro fällig.

Anteile an verbundenen Unternehmen

Die Anteile an verbundenen Unternehmen bestehen zum einen an der Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg, die auch persönlich haftende Gesellschafterin der Bank ist. Die Bank hält 100 % der Anteile in Höhe von 100 TEuro. Dies entspricht dem gezeichneten Kapital der Gesellschaft. Die Gesellschaft erzielte im Geschäftsjahr 2015 einen Jahresfehlbetrag in Höhe von 15 TEuro. Zum anderen besteht ein 100%iger Anteil an der HSCE Hanseatic Service Center GmbH, Hamburg, in Höhe von 83 TEuro. Der Jahresüberschuss aus 2015 in Höhe von 525 TEuro wird über den Ergebnisabführungsvertrag in der Gewinn- und Verlustrechnung der Bank ausgewiesen. Die Anteile an den verbundenen Unternehmen stellen keine börsenfähigen Wertpapiere dar.

Sachanlagen

Der Gesamtbetrag der Betriebs- und Geschäftsausstattung beläuft sich auf 5.568 TEuro (i. Vj. 4.857 TEuro).

Sonstige Vermögensgegenstände

Die sonstigen Vermögensgegenstände bestehen im Wesentlichen aus Forderungen gegen Versicherungen für Provisionen für das Jahr 2015 in Höhe von 1.770 TEuro (i. Vj. 1.734 TEuro) und aus Gewerbesteuvorauszahlungen für das Jahr 2015 in Höhe von 2.604 TEuro (i. Vj. 981 TEuro).

Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen und Gesellschaftern

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten sind unverbriefte Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 328.654 TEuro (i. Vj. 158.932 TEuro) enthalten. Diese bestehen ausschließlich gegenüber der Gesellschafterin Société Générale S.A.

In den Verbindlichkeiten gegenüber Kunden sind unverbriefte Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen in Höhe von 3.433 TEuro (i. Vj. 3.111 TEuro) enthalten, von denen 2.028 TEuro gegenüber Gesellschaftern bestehen.

Die nachrangigen Verbindlichkeiten wurden 2015 vollständig zurückgeführt.

Sonstige Verbindlichkeiten

In den sonstigen Verbindlichkeiten sind mit 648 TEuro (i. Vj. 648 TEuro) noch abzuführende Steuern aus den Gehaltsabrechnungen November und Dezember 2015 enthalten. In Höhe von 1.139 TEuro (i. Vj. 593 TEuro) bestehen Verbindlichkeiten gegenüber Kreditlebensversicherungen. Weitere Verbindlichkeiten bestehen in Höhe von 2.940 TEuro (i. Vj. 2.644 TEuro) gegenüber dem Finanzamt für Kapitalertrag- und Umsatzsteuer aus Dezember 2015.

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	143.106	178.000	7.500	0	328.606
Verbindlichkeiten gegenüber Kunden					
a. Spareinlagen					
ab. mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als drei Monaten	183	207	2.053	1.179	3.622
b. Andere Verbindlichkeiten					
bb. mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist	90.188	302.233	251.062	16.675	660.158

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

Fremdwährungsschulden/Fremdwährungsvermögen

Fremdwährungsschulden und -vermögen bestehen bei der Hanseatic Bank nicht.

Passive Rechnungsabgrenzung

Die passive Rechnungsabgrenzung beinhaltet 44.852 TEuro (i. Vj. 39.313 TEuro) für Ratenaufschläge aus dem Factoring-Geschäft, 1.665 TEuro (i. Vj. 4.614 TEuro) für Bearbeitungsgebühren und 410 TEuro (i. Vj. 571 TEuro) für Zinssubventionen. Diese werden linear laufzeitanteilig aufgelöst.

Pensionsrückstellungen

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

Andere Rückstellungen

Die anderen Rückstellungen betreffen vorwiegend Rückstellungen für Provisionszahlungen an Vertriebspartner in Höhe von 1.431 TEuro (i. Vj. 1.125 TEuro), EDV-Kosten in Höhe von 785 TEuro (i. Vj. 978 TEuro), Rückstellungen für Prämien, Urlaubsansprüche und Überstunden in Höhe von 1.001 TEuro (i. Vj. 907 TEuro), Rückstellungen für drohende Verluste aus Bewertungseinheiten in Höhe von 1.508 TEuro (i. Vj. 867 TEuro) sowie für die Zahlung einer Management Fee in Höhe von 1.785 TEuro (i. Vj. 0 TEuro). Zusätzlich wurden Rückstellungen für Abfindungen und Vorruhestand in Höhe von 214 TEuro (i. Vj. 296 TEuro) gebildet. Für Prüfungskosten wurden 100 TEuro (i. Vj. 221 TEuro) und für Prozesskostenrisiken und Schadenersatzansprüche 283 TEuro (i. Vj. 160 TEuro) zurückgestellt. Die restlichen 2.120 TEuro (i. Vj. 2.027 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.

Sonstige Haftungsverhältnisse, Eventualverbindlichkeiten und andere Verpflichtungen

Es bestehen unwiderrufliche Kreditzusagen in Höhe von 17.368 TEuro (i. Vj. 39.592 TEuro). Diese resultieren 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 24 TEuro (i. Vj. 28 TEuro).

ANGABEN ZUR ERLÄUTERUNG DER GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG

Zinsergebnis

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

	2015 TEUR	Vorjahr TEUR
Zinserträge aus Ratenkredit- und Kreditkartengeschäft	87.462	77.106
Zinserträge aus dem Factoring-Geschäft	73.544	69.813
Übrige Zinserträge	4.870	4.660
Zinsaufwand für Kredite von Kreditinstituten	-703	-1.115
Zinsaufwand für Kundeneinlagen	-25.985	-28.205
	139.188	122.259

Provisionsergebnis

Das Provisionsergebnis setzt sich aus folgenden Positionen zusammen:

	2015 TEUR	Vorjahr TEUR
Provisionserträge aus dem Versicherungsgeschäft	9.289	9.243
Provisionserträge aus dem Kreditkartengeschäft	5.203	4.565
Provisionserträge aus dem Ratenkreditgeschäft	1.962	2.068
Provisionserträge aus dem Zahlungsverkehr	1.588	1.564
Übrige Provisionserträge	249	298
Provisionsaufwand für Kreditvermittlung	-19.666	-13.960
Übriger Provisionsaufwand	-221	-750
	-1.596	3.028

Sonstige betriebliche Erträge

Die sonstigen betrieblichen Erträge setzen sich wie folgt zusammen:

	2015 TEUR	Vorjahr TEUR
Erträge aus Leistungsver- rechnung mit Konzernfirmen	5.625	6.604
Auflösung von übrigen Rückstellungen	813	506
Übrige Erträge	339	450
	6.777	7.560

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

In den sonstigen betrieblichen Erträgen sind periodenfremde Erträge enthalten. Es handelt sich vorwiegend um die Auflösung von übrigen Rückstellungen in Höhe von 813 TEuro (i. Vj. 506 TEuro) und Kosten- sowie Zinserstattungen für Vorjahre in Höhe von 40 TEuro (i. Vj. 127 TEuro).

Allgemeine Verwaltungsaufwendungen

In den sozialen Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung sind 240 TEuro (i. Vj. 501 TEuro) Zinsen für die Zuführung zu den Pensionsrückstellungen und 20 TEuro (i. Vj. 39 TEuro) Zinsen für die Zuführung von sonstigen Personalrückstellungen enthalten.

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In den sonstigen betrieblichen Aufwendungen sind im Wesentlichen 373 TEuro (i. Vj. 3.935 TEuro) Aufwendungen aus der Erstattung von Bearbeitungsgebühren sowie 641 TEuro (i. Vj. 619 TEuro) für Zuführungen zu Rückstellungen für drohende Verluste aus Bewertungseinheiten enthalten.

Steuern vom Einkommen und Ertrag

In den Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind Aufwendungen und Erstattungen für Gewerbesteuern für die Jahre 2013 und 2014 enthalten.

Sonstige Steuern

In den sonstigen Steuern sind Aufwendungen für von der Bank übernommene Lohnsteuernachzahlungen in Höhe von 72 TEuro und Erstattungen für Umsatzsteuer für die Jahre 2012 bis 2015 in Höhe von 303 TEuro enthalten.

SONSTIGE ANGABEN

Honorar des Abschlussprüfers

Das im Geschäftsjahr erfasste Gesamthonorar des Abschlussprüfers beträgt für die Abschlussprüfungsleistungen 267 TEuro (i. Vj. 221 TEuro). Honorare für sonstige Leistungen sind in Höhe von 22 TEuro angefallen. Von den Abschlussprüfungsleistungen entfallen 100 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 25.146.992,10 Euro wie folgt zu verwenden:

	EUR
Steuerausgleich an SG Consumer Finance	4.177.864,62
Steuerausgleich an Otto (GmbH & Co KG)	4.315,54
Ausschüttung an	
– Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH, Hamburg	15.000,00
– Otto (GmbH & Co KG), Hamburg	5.237.452,99
– SG Consumer Finance, Rueil Malmaison, Frankreich	15.712.358,95
	25.146.992,10

Organe

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

Geschäftsführer der Komplementärin sind die Herren

Detlef Zell, Hamburg

Geschäftsführer Marktfolge/Risikoüberwachung

Michel Billon, Hamburg

Geschäftsführer Marktbereich/IT

Der Beirat besteht aus den Herren

Giovanni Luca Soma, (Vorsitzender), Paris (Frankreich)

Geschäftsleitung, IBFS Region Europa

Bis 30.06.15: **Jürgen Schulte-Laggenbeck**, (stv. Vorsitzender), Hamburg, *Konzern-Vorstand Finanzen, Otto (GmbH & Co KG)*

Bis 30.06.15: **Denis Terrien**, Croix (Frankreich)

Präsident der 3SI Holding SAS

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

Eric Delarue, Asnières-sur-Seine (Frankreich)

Regional-Direktor, IBFS Region Europa

Seit 01.07.15: **Boris Jendruschewitz**, Ammersbek

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

Seit 01.07.15: **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 Institutvergütungsverordnung werden auf der Internetseite der Bank veröffentlicht.

Arbeitnehmer

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

	2015	2014
Kaufmännische Angestellte	200	192
<i>davon Vollzeitkräfte</i>	165	163
<i>davon Teilzeitkräfte</i>	35	29

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 (Greffes du Tribunal de Commerce de Paris), Frankreich, unter der Register-Nr. 552 120 222 hinterlegt.

SONSTIGE FINANZIELLE VERPFLICHTUNGEN

Mietverträge

Es bestehen zum Bilanzstichtag insgesamt 17 Mietverträge: vier für die Hauptverwaltung sowie 13 für die Kredit- und Finanzberatungen. Die Mietverpflichtungen betragen 7.923 TEuro bei einer maximalen Restlaufzeit von ca. 11 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	11	5	1	17
Mietverpflichtungen	311	932	3.275	3.405	7.923

Leasingverträge

Es bestehen Leasingverträge für 37 Pkw mit Verpflichtungen in Höhe von 446 TEuro bei einer maximalen Restlaufzeit von ca. 36 Monaten. Weitere Leasingverträge bestehen für Hardware mit Verpflichtungen in Höhe von 304 TEuro bei einer maximalen Restlaufzeit zum Bilanzstichtag von ca. 36 Monaten und für Software in Höhe von 3.853 TEuro mit einer maximalen Restlaufzeit von ca. 24 Monaten.

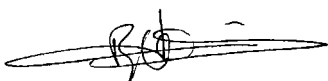
	Restlaufzeiten				Summe TEUR
	Bis 3 Monate TEUR	Mehr als 3 Monate bis 1 Jahr TEUR	Mehr als 1 Jahr bis 5 Jahre TEUR	Mehr als 5 Jahre TEUR	
Anzahl Verträge Kfz	1	4	32	0	37
Leasingverpflichtungen Kfz	67	176	203	0	446
Anzahl Verträge IT	2	5	9	0	16
Leasingverpflichtungen IT	530	1.555	2.071	0	4.157

Derivate

Am Bilanzstichtag bestanden 14 Zinsswaps mit einem Nominalvolumen von insgesamt 186.000 TEuro, die zum Stichtag saldiert einen positiven Marktwert in Höhe von 1.545 TEuro aufwiesen. Hierbei handelt es sich um außerbilanzielle Geschäfte.

Hamburg, 21. März 2016

Hanseatic Gesellschaft für Bankbeteiligungen mbH,
Hamburg
Geschäftsführung



Michel Billon



Detlef Zell

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Hamburg, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften liegen in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

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

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

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

Düsseldorf, 23. März 2016

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Bühning
Wirtschaftsprüfer

Meyer
Wirtschaftsprüfer

Wir informieren Sie gern.

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

Hanseatic Service Center

Service-Hotline 040 600 096 – 430

Mo. bis Fr.: 9 – 18 Uhr

Partnermanagement

Service-Hotline 040 600 096 – 426

Mo. bis Fr.: 9 – 18 Uhr

Ihre Ansprechpartner bei Presseanfragen

CORELATIONS

Agentur für Public Relations

Werner-Otto-Straße 1–7

22179 Hamburg

Gabi Westerteiger

Tel 040 6461 – 5372

Fax 040 6461 – 5492

gabi.westerteiger@corelations.de

Kathrin-Luise Fiesel

Tel 040 6461 – 5305

Fax 040 6461 – 5492

kathrin-luise.fiesel@corelations.de

Impressum

Herausgeber

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

Redaktion

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

Gestaltung, Satz und Produktionskoordination

Hanseatic Bank GmbH & Co KG
Marion Maier, Design Managerin

Bildnachweis

© Sebastian Gram – Porträts der Hanseatic Bank Mitarbeiter/Kunden: Bilder auf den Seiten 6, 8, 9, 16, 17, 24, 34, 35, 42
© www.fotolia.com: Seite 2 Bild links (©MadDog), Seite 10/11 (©TheCatDesign), (©dragonstuck), Seite 13 (©voysla), (©Ion Popa), (©Vige.co), Seite 14 (©Yayha), Seite 20 (©quinlity), Seite 21 (©tulpan), Seite 23 (©eveleen007), (©redkoala), Seite 26 (©ty), (©voysla), Seite 31 (©MimiPotter), Seite 32 Bild links (©Alena Ozerova), (©Mimi Potter), (©DavidArts), Seite 38 (©stockphotocz), Seite 36 (©MimiPotter)
© www.shutterstock.com: Seite 2 (©gualtiero boffi), Seite 10/11 (©opicobello), Seite 16/17 (©phipatbig), Seite 22/23 (©andrewberr), (©RyanKing999), Seite 30/31 (©rawpixel.com), Seite 40 (©3dkombinat), (©JuliaTim)
© www.thinkstock.de: Seite 38 (©EycandyImages)
© www.istockphoto.com: Seite 1 Titelbild (©matjeacock), Seite 12 (©matjeacock), Seite 16/17 (©ZelimirZarkovic), Seite 28/29 (©PaulCalbar), Seite 32 (©MartinDimitow), Seite 36 (©ZelimirZarkovic), Seite 40 (©MustafaHacalaki)

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



