

Pressemitteilung

Geschäftszahlen 2018: Hanseatic Bank mit deutlicher Gewinnsteigerung weiter auf Erfolgskurs

- *Steigerung des Bilanzgewinns um 18,2 Prozent auf 42,8 Mio. Euro*
- *Kreditneugeschäft wächst um 19,6 Prozent auf 704 Mio. Euro*
- *Cost-Income-Ratio mit 36,2 Prozent stabil*

Hamburg, 16. Mai 2019 – Die Hanseatic Bank hat das Geschäftsjahr 2018 erneut mit einem äußerst positiven Ergebnis abgeschlossen. Die bundesweit tätige Privatbank mit Hauptsitz in Hamburg erzielte einen Bilanzgewinn nach Steuern von 42,8 Millionen Euro und konnte das Ergebnis aus dem Vorjahr um 6,6 Millionen Euro übertreffen. Das entspricht einem Plus von 18,2 Prozent. „Diese Entwicklung zeigt, dass wir unsere Position am Markt als Spezialisten in unseren Kerngeschäftsfeldern weiter festigen konnten“, sagt Detlef Zell, der als Geschäftsführer der Hanseatic Bank die Bereiche Personal, Finanzen, Risikomanagement und Compliance verantwortet. Das Neugeschäft im eigenen Kreditgeschäft wuchs kräftig auf 704 Millionen Euro und liegt damit 19,6 Prozent über dem Vorjahresergebnis und 15,1 Prozent über dem geplanten Wert.

Wachstumskurs im Neugeschäft setzt sich fort

Entscheidender Wachstumsmotor war auch im Jahr 2018 wieder das EigentümerDarlehen, dessen Neugeschäftsvolumen in Höhe von 502 Millionen Euro ein Plus von 22,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnete. Ebenfalls sehr positiv entwickelten sich die Kreditkartenumsätze mit einer Steigerung um 21 Prozent gegenüber 2017 auf 410 Millionen Euro. Damit übertrifft der Gesamtumsatz des Kreditkartengeschäfts den Plan deutlich um 16,7 Prozent.

„Ein Grund für dieses starke Ergebnis ist, dass wir konsequent unsere Kunden im Blick haben und an Lösungen für ihre Bedürfnisse arbeiten. Durch die frühe Einbindung von Kunden in den Entwicklungsprozess konnten wir unsere Produkte und Services im letzten Jahr weiter optimieren und so eine höhere Zufriedenheit erreichen“, sagt Geschäftsführer Michel Billon, verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing und IT bei der Hanseatic Bank. „Wir stellen uns offensiv den Herausforderungen am Markt, indem wir nicht nur auf Veränderungen reagieren, sondern frühzeitig viel Energie in die Entwicklung neuer Produkte und die Implementierung innovativer Services wie unserer App oder Apple Pay stecken.“

Auch beim Factoring-Geschäft, das seit über 25 Jahren mit der Otto (GmbH & Co KG) und der Schwab Versand GmbH betrieben wird, lag das Neugeschäftsvolumen mit 1.704 Millionen Euro um 8,2 Prozent über dem Vorjahreswert. Das stetig wachsende E-Commerce-Geschäft von Otto und Schwab begünstigten diese positive Entwicklung. Somit stieg das gesamte Neukreditgeschäft der Hanseatic Bank um 11,3 Prozent auf 2.408 Millionen Euro. Daraus ergibt sich eine Bilanzsumme von 3.266 Millionen Euro, was einem kräftigen Wachstum von 14,2 Prozent entspricht.

Freiräume für Innovationen und Agilität

Um die Position der Hanseatic Bank im Zuge des digitalen Wandels am Markt weiter zu stärken, investierte das Unternehmen im vergangenen Jahr vermehrt in zusätzliche Fachkräfte, zielführende Projekte und eine neue Organisationsstruktur. Diese Entwicklung spiegelt sich auch in der Cost-Income-Ratio wider, die sich im Jahr 2018 mit 36,2 Prozent auf einem ähnlichen Niveau bewegte wie im Jahr 2017 mit 36,1 Prozent. „Durch die digitalen Möglichkeiten steigt die Veränderungsgeschwindigkeit am Markt stetig weiter an. Unternehmen müssen darauf reagieren können und Freiräume für eine zügige und flexible Weiterentwicklung schaffen“, sagt Zell. „Wir haben bereits 2016 den Wandel hin zu einer agilen Organisationsstruktur angestoßen und konnten im letzten Jahr sichtbare Erfolge verzeichnen. Die Hanseatic Bank hat sich neu organisiert, crossfunktionale Teams gebildet, agile Arbeitswelten etabliert und dadurch sowohl physische als auch inhaltliche Räume für flexibles, zukunftsfähiges Arbeiten geschaffen.“

Passend dazu widmet sich der aktuelle Geschäftsbericht neben den Geschäftszahlen auch dem Thema Freiräume. Denn nur die Unternehmen, die genug Raum für Veränderung zulassen, sind für die Zukunft gewappnet. Wichtig bei all diesen Veränderungen ist, dass die Mitarbeiter von Anfang an in den Prozess der Neuorganisation miteinbezogen werden. Eine aktuelle Auszeichnung auf Basis einer anonymen Mitarbeiterumfrage durch die unabhängige Great Place to Work-Initiative bestätigt, dass die Hanseatic Bank hier den richtigen Weg gewählt hat: Über 90 Prozent der Mitarbeiter loben die gute Arbeitsatmosphäre und bewerten Aspekte wie die Anerkennung ihrer Arbeitsleistung, die Fehlerkultur und die gesunde Work-Life-Balance des Unternehmens als sehr positiv.

Kurs für 2019: Kundenerlebnisse, die begeistern

Auch im laufenden Geschäftsjahr setzt die Hanseatic Bank ihren Wachstumskurs weiter fort und investiert dafür noch stärker in moderne Arbeitsweisen, neue Technologien und qualifizierte Arbeitskräfte. Durch die Ausweitung der agilen Organisationsstruktur auf weitere Bereiche der Hanseatic Bank wird die Innovationskraft und Effizienz des Unternehmens weiter gesteigert. Ziel ist es, den Kunden an allen Kontaktpunkten mit außergewöhnlichen und kundenorientierten Produkten und Services zu begeistern. Neben innovativen Ideen aus den eigenen Reihen wird dabei weiterhin auf Kooperationen mit FinTechs gesetzt.

Für genauere Informationen steht der Hanseatic Bank Geschäftsbericht 2018 als [PDF zum Download](#) zur Verfügung.

Über die Hanseatic Bank GmbH & Co KG

Als Privatbank mit Hauptsitz in Hamburg ist die Hanseatic Bank bundesweit tätig. Gegründet 1969 als Teilzahlungsbank, um das umfangreiche Warenfinanzierungsgeschäft für Kunden des Otto Versands abzuwickeln, wurde sie 1976 zur Vollbank umgewandelt. Im Jahr 2005 übernahm die französische Großbank Société Générale 75 Prozent der Anteile an der Hanseatic Bank, 25 Prozent hält weiterhin die Otto Group. Die Hanseatic Bank hat sich mit den Bereichen Konsumentenkredite, Einlagen, Versicherungen und Factoring auf vier Geschäftsfelder spezialisiert. Besonders mit ihren innovativen Kreditkartenprodukten ermöglicht die Hanseatic Bank ihren Handelspartnern flexible Finanzierungsmodelle für jeden Vertriebsweg und zugleich ein wirksames Mittel zur Kundenbindung.

Weitere Informationen über die Hanseatic Bank erhalten Sie unter <https://www.hanseaticbank.de>.

Hanseatic Bank

Pressekontakte:

Isabella von Köckritz
Corporate Communication Manager
Bramfelder Chaussee 101, 22177 Hamburg
Tel.: (040) 646 03 - 429
Mail: isabella.vonkoeckritz@hanseaticbank.de

Charlotte von Hochberg
Corporate Communication Manager
Bramfelder Chaussee 101, 22177 Hamburg
Tel.: (040) 646 03 – 303
Mail: charlotte.vonhochberg@hanseaticbank.de