

Pressemitteilung

Hamburg, 06. Januar 2010

Hamburger Volksbank blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2009. Verantwortliches Handeln setzt neue Akzente in und für Hamburg.

- Weitere Steigerung des Kundeneinlagenvolumens in 2009 um 5%
- Steigerung der Kreditvergabe an den Hamburger Mittelstand um 10 %
- Deutliche Ergebnissteigerung
- Erfolge teilen: Gründung der Hamburger Volksbank Stiftung
- Prognosen wagen: Kreditklemme trifft einzelne Branchen

Die Hamburger Volksbank hat sich im Krisenjahr 2009 als verlässlicher Partner für ihre Kunden erwiesen und setzt ihren Erfolgskurs konsequent fort. „Wir haben unsere Geschäfte deutlich ausgeweitet“ freut sich Vorstandssprecher Dr. Reiner Brüggelstrat und sieht die auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Strategie seines Hauses bestätigt: „Unser persönliches Beratungsmotto ‚Man kennt sich‘ hat uns dabei sehr geholfen. Unsere Kunden haben ihre Einlagen signifikant erhöht und dem sicherheitsorientierten Geschäftsmodell der Bank ihr Vertrauen ausgesprochen“. So konnte das genossenschaftliche Institut ihr Einlagenvolumen in den letzten 18 Monaten um 25% steigern.

Partner des Mittelstands und vieler neuer Kunden.

Die Hamburger Volksbank entwickelt sich seit Ausbruch der Finanzmarktkrise als zunehmend wichtige Stütze der Hamburger Kreditwirtschaft. Die Kreditvergabe an die mittelständische Kundschaft wurde um mehr als 10% auf weit über 800 Mio. € ausgeweitet. Diese positive Entwicklung wurde zu erheblichen Teilen auch durch Geschäfte mit Neukunden getragen. Rund 7.500 Einwohner der Metropolregion Hamburg konnte das durch ihre Mitglieder getragene Institut im Jahr 2009 als Neukunden begrüßen.

Kundennähe und verantwortliches Handeln als Erfolgsgarant

Der Erfolg der Hamburger Volksbank drückt sich ebenso im Betriebsergebnis der Bank aus. Der Zinsüberschuss konnte deutlich auf über 40 Mio. € gesteigert werden (nach 34 Mio. € in 2008). Der Provisionsüberschuss blieb mit knapp 17 Mio. € auf hohem Niveau konstant. Aufgrund von Sondereffekten ist der Verwaltungsaufwand gegenüber dem Vorjahr leicht gestiegen. Unter Berücksichtigung des sehr moderaten Bewertungsergebnisses erhöht sich der Nettogewinn um 50% auf gut 6 Mio.€. In turbulenten Zeiten suchen Kunden nach verlässlichen Partnern. Den Weg der Marktanteilsgewinnung auf der Basis einer vertrauensvollen und nachhaltigen Kundenbeziehung will die Bank konsequent fortsetzen.

Orange prägt das Hamburger Stadtbild

Der erfolgreiche Marktantritt der Hamburger Volksbank wird durch eine einheitliche Werbe- und Kommunikationslinie unterstützt. Passend zu dem Geschäftsmodell und den damit verbundenen Werten setzt das Institut ihr Motto „Man kennt sich“ konsequent in der Außenkommunikation und bei allen vertriebsunterstützenden Maßnahmen um. Der Auftritt ist einheitlich und findet sich im Stadtbild wieder. Alle 43 Geschäftsstellen werden durch die orangenen Portale als Hamburger Volksbank wahrgenommen. Mit komplett umgebauten Standorten wie die neue Geschäftsstelle in unmittelbarer Nähe zum Alstertal-Einkaufszentrum rundet die Bank ihr professionelles Erscheinungsbild ab. Mit dem „Q3“, einer virtuellen Erlebniswelt im Wandsbek Quarree ab Frühjahr 2010, erweitert die Genossenschaft ihren Wahrnehmungsraum und bietet vor allem jungen Kunden neben den Geschäftsstellen und dem Internet neue Berührungspunkte mit ihrer Bank. Die Hamburger Volksbank hat ein klares Profil und entfaltet inzwischen spürbaren Druck im Wettbewerb.

„Man kennt sich“ als gelebtes Leistungsversprechen.

Die positive Entwicklung der Hamburger Volksbank festigt auch die innere Wahrnehmung unter den Mitarbeitern: „Wir danken unseren Mitarbeitern für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und sind stolz auf das Engagement in einem erfolgreichen und kraftvollen Geschäftsjahr 2009“, so Dr. Brüggestrat zum Betriebsklima. Das Institut stellt hohe Ansprüche an seine Mitarbeiter und nimmt die Leistungsversprechen an ihre Kunden - Kompetenz, Nähe und Persönlichkeit – in besonderem Maße ernst. Ein Schwerpunkt wird hierbei auf die Ausbildung der jüngsten Mitarbeiter gelegt. Im kommenden Jahr wird die Hamburger Volksbank der erhöhten Nachfrage nach Ausbildungsplätzen nachkommen und die Zahl der Auszubildenden um bis zu 50% aufstocken.

Erfolgreich Verantwortung übernehmen in und für Hamburg.

Die Hamburger Volksbank engagiert sich für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für ihre Mitglieder und Kunden und für die Metropolregion Hamburg. Neben der Förderung des Sportnachwuchses in der Volksbank-Arena und der Förderfreundschaft mit der Hamburger Hauptkirche St. Katharinen wird das Institut ihr Engagement im kulturellen und sozialen Bereich ausweiten. Hierzu gehören die Förderung der Elbphilharmonie-Konzerte sowie die Gründung der Hamburger Volksbank Stiftung.

Nachhaltiges Geschäftsmodell als Zukunftssicherung

Die Auswirkungen der Finanzmarktkrise, ein wirtschaftlicher Abschwung in Deutschland, riesige Konjunkturpakete und umfangreiche staatliche Eingriffe in das deutsche Finanzsystem bestimmen das geschäftliche Umfeld. Die Hamburger bleibt ihrer verantwortungsvollen Geschäftspolitik sowie ihrem persönlichen Beratungsprinzip treu und sieht sich für die Zukunft gut gerüstet: „Wir wissen, was wir gemeinsam leisten können und stellen uns den Herausforderungen des nächsten Jahres. Wir müssen uns auf schrumpfende Zinsmargen und einen verschärften Wettbewerb vorbereiten. Effiziente Leistungserstellung, Prozessoptimierungen und vertriebliche Erfolge müssen im Jahr 2010 Hand in Hand gehen.“, kündigt Vorstandssprecher Brüggestrat an.

Wachstumsperspektiven für die Hamburger Wirtschaft

Mit Blick auf die wirtschaftliche Situation der Hamburger Unternehmen zeigt sich Dr. Reiner Brüggestrat zuversichtlich „Wenn wir die Entwicklung der Hamburger Wirtschaft betrachten, wird deutlich, dass nicht alle Branchen gleichermaßen von den Auswirkungen der Krise und einer drohenden Kreditklemme betroffen sind. Als Hamburger Volksbank sind wir Partner des Mittelstands, den wir uneingeschränkt mit Krediten versorgen. Wir freuen uns über jedes Anzeichen eines Aufschwungs, wobei wir temporäre Rückschläge einkalkulieren.“ Zusammen mit der Finanzwirtschaft und der Handels- und Handwerkskammer geht die Hamburger Volksbank „Hamburgs Weg“, der vom Senat zur Unterstützung der mittleren Unternehmen geebnet wurde. Als Mitbegründer der Initiative „Finanzplatz Hamburg“ stellt sich die Hamburger Volksbank den konjunkturellen Herausforderungen umso aktiver: „Wir nehmen unsere regionale Verantwortung ernst – gerade in schwierigen Zeiten kann sich Hamburg auf uns verlassen“, verspricht Dr. Brüggestrat.

Pressekontakt:

Heidi Melis
Hamburger Volksbank
Hammerbrookstraße 63-65
20097 Hamburg

Tel.: 040 – 30 91 – 90 49
Fax: 040 – 30 91 – 90 48
E-Mail: heidi.melis@hamvoba.de
www.hamburger-volksbank.de