

**Hamburger Volksbank baut Geschäftserfolg kraftvoll aus.
Steigerungsraten beweisen Leistungsfähigkeit und regionale Verantwortung.**

- Weitere Steigerung des Kundeneinlagenvolumens in 2009 um 6,2%
- Steigerung der Kreditvergabe an den Hamburger Mittelstand um 8,5%
- Deutliche Steigerung des Vorsteuerergebnisses auf 6,8 Mio. Euro
- Dividende für die Mitglieder in Höhe von 6%
- Wirtschaften mit Werten statt Bankenabgabe
- Gelebtes Motto „Man kennt sich.“ auch im multimedialen „Q3 FinanzQuarree“

Die Hamburger Volksbank blickt auf ein kraftvolles und ausgesprochen positives Geschäftsjahr 2009. „In einem wirtschaftlich von der Krise geprägten Umfeld haben wir unsere Geschäfte deutlich ausgeweitet“ stellte Vorstandssprecher Dr. Reiner Brüggestrat während der Bilanzpressekonferenz fest. Die auf den genossenschaftlichen Förderauftrag ausgerichtete Strategie seines Hauses sieht er bestätigt: „Wir sind anders und leben unser persönliches Beratungsmotto ‚Man kennt sich‘ konsequent, leistungsstark und mit nachhaltiger Verlässlichkeit. Im Zentrum unserer Geschäftspolitik steht immer der Mensch und die Ausrichtung auf die Metropolregion Hamburg. Hiervon profitieren auch unsere Kunden aus dem Mittelstand. Der Sorge um eine verknappte Kreditvergabe setzen wir kontinuierlich steigende Wachstumsraten in unserem Kundenkreditgeschäft und eine aktive Kommunikation entgegen.“

Vertrauen in das sicherheitsorientierte Geschäftsmodell.

Die erheblichen Einlagenzuflüsse zum Jahresende 2008 konnten im Jahr 2009 nicht nur gehalten, sondern signifikant gesteigert werden. Die Kunden der Hamburger Volksbank haben ihre Einlagen mit 81,0 Mio. € um 6,2% zum Vorjahr wiederum erhöht und dem sicherheitsorientierten Geschäftsmodell der Bank ihr Vertrauen ausgesprochen. Damit vergrößerte sich der Anteil der Kundengelder seit Ausbruch der Finanzmarktkrise Ende 2008 um insgesamt 25%. 2009 gewannen neben der Sicherheit die Anlegermotive Flexibilität und Zinsniveau wieder an Bedeutung, was zu Umschichtungen in kurzfristige Anlageprodukte führte. Den Erfolg im Kundengeschäft führte Dr. Reiner Brüggestrat auf die hohe Beratungsqualität in seinem Hause zurück: „Den Diskussionen um die richtige Anlageberatung stellen wir uns gern, denn Genossenschaft ist gelebter Anlegerschutz. Wer außer uns kann von sich behaupten, den Verbraucherschutz schon in seinem Geschäftsmodell verankert zu haben? Unsere Bank gehört den Mitgliedern und handelt also immer im Interesse ihrer Kunden.“

Partner des Hamburger Mittelstands mit erhöhter Kreditvergabe.

Die erheblichen Zuwächse bei den Kundeneinlagen bildeten die wichtigste Refinanzierungsquelle für das Kundenkreditgeschäft. Entgegen einem negativen Trend bei Großbanken, Auslandsbanken und Landsbanken konnte die Hamburger Volksbank ihre Kreditvergabe deutlich steigern und hat sich als zunehmend wichtige Stütze der Hamburger Kreditwirtschaft etabliert. Trotz der schwachen Konjunktur konnte die Kreditvergabe an die mittelständische Kundschaft eindrucksvoll um rund 65 Mio. € (8,5%) auf weit über 800 Mio. € ausgeweitet werden. Dominierendes Rückgrat der Geschäftsaktivitäten bildete die Versorgung des Mittelstands sowie die Baufinanzierung.

Auch bei den Kreditentscheidungen 2010, die auf der Rating-Basis der oft konjunkturschwachen Betriebsergebnisse 2009 getroffen werden müssen, stehe das einzelne Unternehmen und dessen Kreditwürdigkeit im Mittelpunkt, erläuterte der Vorstandssprecher das Individualgeschäft seines Instituts: „In einem transparenten Vertrauensverhältnis gehört es für uns dazu, die Zukunftsperspektiven eines Unternehmens bei der Kreditvergabe mit in den Focus zu nehmen. Eine ‚Kommunikationsklemme‘ ist mit unserem Prinzip ‚Man kennt sich.‘ ausgeschlossen.“

Verantwortliches Handeln zahlt sich aus.

Die Hamburger Volksbank zeigt einen kräftigen Gewinnanstieg. So konnte der Zinsüberschuss eindrucksvoll um über 20% auf fast 42 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. Mit einem Teilbetriebsergebnis in Höhe von 10,1 Mio. € konnte die Hamburger Volksbank ihren Businessplan für das Jahr 2010 bereits in 2009 erfüllen. Unter Berücksichtigung des sehr moderaten Bewertungsergebnisses erhöht sich der Jahresüberschuss vor Ertragssteuern um gut 3,0 Mio. € auf 6,8 Mio. €.

Ein Kennzeichen für den erfreulichen Verlauf des Geschäftsjahres 2009 ist ebenfalls die von 1,6 Mio. € auf 4,6 Mio. € angestiegene Steuerbelastung: „Insgesamt haben alle Genossenschaftsbanken in Deutschland mit 1,2 Mrd. € fast doppelt so viel Steuern wie im Vorjahr und fast zehnmal mehr als die deutschen Großbanken zusammen im Jahr 2009 gezahlt. Eine willkommene Leistung für die Staatskasse, die durch Bankenrettung und die Konjunkturstimulierung an den Rand der Tragfähigkeit geführt worden ist,“ brachte es Dr. Reiner Brüggestrat auf den Punkt.

Die positive Entwicklung der Hamburger Volksbank wurde zu erheblichen Teilen 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. Den Weg der Marktanteilsgewinnung auf der Basis einer vertrauensvollen und nachhaltigen Kundenbeziehung will die Bank konsequent fortsetzen.

Wichtigster Repräsentant im genossenschaftlichen Sektor.

Vor dem Hintergrund der Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise ist das Genossenschaftsmodell mehr denn je im Trend. Immer mehr Kunden, darunter viele junge Menschen, entscheiden sich für das genossenschaftliche Förderprinzip und wollen als Mitglied aktiv mitgestalten. Die Hamburger Volksbank ist die persönlichste Genossenschaftsbank in der Hansestadt, die von Hamburgern für Hamburger getragen wird. Knapp 39.000 Mitglieder werden für das Geschäftsjahr 2009 mit einer Dividende in Höhe von 6% am Erfolg des Instituts beteiligt. Die Hamburger Volksbank unterstützt in einem Pilotprojekt die erste Schülergenossenschaft in ihrem Geschäftsgebiet.

Wirtschaften mit Werten statt Bankenabgabe.

Die Hamburger Volksbank sieht sich Belastungen aus Wettbewerbsverzerrungen ausgesetzt. Während andere Kreditinstitute vom Steuerzahler massiv unterstützt worden seien, haben die Genossenschaftsbanken die Anforderungen aus der Finanzmarktkrise aus eigener Kraft getragen: „Wir, die sich in der Krise selber helfen konnten, schwarze Zahlen schreiben, nicht unerheblich Steuern zahlen und sich auf das relativ risikoarme Geschäft der Versorgung breiter Bevölkerungsschichten und des Mittelstands mit Finanzdienstleistungen konzentrieren, werden zusätzlich belastet“, kritisiert Dr. Reiner Brüggestrat.

Orange prägt das Hamburger Stadtbild

Der erfolgreiche Markantritt der Hamburger Volksbank wird durch eine einheitliche Werbe- und Kommunikationslinie unterstützt. Das Motto „Man kennt sich“ wird konsequent in der Außenkommunikation umgesetzt. Alle 44 Geschäftsstellen werden durch die orangenen Portale als Hamburger Volksbank wahrgenommen. Mit komplett umgebauten Standorten wie die neue Geschäftsstelle am Alstertal-Einkaufszentrum rundet die Bank ihr professionelles Erscheinungsbild ab. Mit Hamburgs erster Multimedia-Filiale, dem „Q3“ im Wandsbek Quarree, erweitert die Genossenschaft ihren Wahrnehmungsraum und bietet vor allem jungen Kunden eine innovative Erlebniswelt im Wandsbek Quarree. 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 Geschäftsjahr 2009“, so Dr. Brüggelstrat zum Betriebsklima. Das Institut stellt hohe Ansprüche an seine Mitarbeiter. Ein Schwerpunkt wird hierbei auf die Ausbildung der jüngsten Mitarbeiter gelegt. Die Hamburger Volksbank kommt der erhöhten Nachfrage nach Ausbildungsplätzen wegen des doppelten Abiturjahrgangs nach und wird die Zahl der Auszubildenden um bis zu 50% aufstocken.

Erfolgreich Verantwortung übernehmen in und für Hamburg.

Die Hamburger Volksbank engagiert sich für ihre Mitglieder und Kunden und für die Metropolregion Hamburg in den Bereichen Kultur & Soziales, Jugend & Bildung, Umwelt und Sport. Neben der Förderung des Sportnachwuchses in der Volksbank-Arena und der Förderfreundschaft mit der Hamburger Hauptkirche St. Katharinen hat das Institut ihr Engagement im kulturellen und sozialen Bereich ausgeweitet. Hierzu gehört das Sponsoring von Elbphilharmonie-Konzerten, die Förderung des neuen ELBJAZZ-Festivals in der HafenCity sowie die Gründung der Hamburger Volksbank Stiftung.

Zuversichtlicher Ausblick auf das Jubiläumsjahr 2011.

Mit einer guten Eigenkapitalausstattung und den gebildeten Wertberichtigungen und Vorsorgereserven sieht die Hamburger Volksbank ihre geschäftliche Ausgangslage positiv: „Wir rechnen mit einem leicht steigenden Betriebsergebnis. Mittelfristig wollen wir die Ertragslage auf dem erreichten Niveau stabilisieren, ohne allerdings unser Risikoprofil wesentlich zu belasten“, erklärt Dr. Reiner Brüggelstrat die zukünftige Strategie seines Instituts. Mit Blick auf die wirtschaftliche Situation der Hamburger Unternehmen zeigt sich der Vorstandssprecher zuversichtlich „Nicht alle Branchen sind gleichermaßen von den Auswirkungen der Krise und einer drohenden Kreditklemme betroffen. Wir freuen uns über jedes Anzeichen eines Aufschwungs, wobei wir temporäre Rückschläge einkalkulieren.“ Im Rahmen der Initiative „Finanzplatz Hamburg“, dessen Mitbegründer die Hamburger Volksbank ist, stellt sich das Institut zusammen mit der Handels- und Handwerkskammer und dem hamburgischen Senat den konjunkturellen Herausforderungen: „Wir nehmen unsere regionale Verantwortung ernst – gerade in schwierigen Zeiten kann sich Hamburg auf uns verlassen“, verspricht Dr. Brüggelstrat.

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

