

31.03.2017 – Presseinformation Bilanz 2016

Anadi Bank mit Rekordergebnis weiter auf Erfolgskurs

- **Heta-Sondereffekte und erfolgreiche Kostenmaßnahmen ermöglichen stärkstes Ergebnis seit Eigentümerwechsel**
- **Starke Kapital- und Liquiditätsbasis: harte Kernkapitalquote (CET1) auf 15,75 % erhöht; Kundeneinlagen um 22 % gestiegen**
- **Gesunde Bilanz: NPL-Quote 2,24 %**
- **Strategie in Richtung mobile Multikanal-Bank und Ausbau Indien-Geschäft wird weiter vorangetrieben**
- **8.000 Neukunden im Online-Banking**

Die Austrian Anadi Bank kann, gemessen am Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT), 2016 als das erfolgreichste Geschäftsjahr seit ihrem Eigentümerwechsel verbuchen. Das EGT 2016 wurde auf 15,2 Mio. Euro gesteigert (2015: 2,8 Mio. Euro), der Gewinn auf 10,3 Mio. Euro (2015: 3,7 Mio. Euro), die harte Kernkapitalquote (CET1) wurde weiter auf 15,75 % ausgebaut (2015: 14,40 %). Für den Jahresvergleich ist aufgrund Heta-bedingter Einmaleffekte in den Jahren 2015 und 2016 in erster Linie das EGT aussagekräftig. Durch konsequentes Kostenmanagement, die erfolgreich fortgesetzte strategische Neuausrichtung und eine weiter gestärkte Kapital- und Liquiditätsbasis ist die Anadi Bank hervorragend für künftiges Wachstum positioniert.

Generaldirektor Christoph Raninger: „2016 war für uns Heta-bedingt ein Rumpfgeschäftsjahr. Trotzdem konnten wir das beste Ergebnis seit Bestehen der Anadi Bank erwirtschaften. Der Schatten der Vergangenheit ist überwunden und wir können uns nun erstmals voll und ganz auf die Zukunft konzentrieren. Erste wichtige Schritte in Richtung digitale Angebote, Mobilität und Indien-Business haben wir bereits erfolgreich gesetzt.“

Der langwierige Lösungsprozess des Heta-Themas hat die Geschäftsentwicklung der AAB auch 2016 beeinflusst. Aufgrund des Scheiterns des ersten Angebots des Kärntner Ausgleichszahlungsfonds (KAF) zum Kauf der Heta-Schuldtitel und damit einhergehender Insolvenzdiskussionen rund um Heta und Land Kärnten wurde der Fokus zunächst auf Liquiditäts- und Kapitalstärkungsmaßnahmen gerichtet, die auch erfolgreich umgesetzt

wurden. Dementsprechend wurden die Neugeschäfts- und Finanzierungsaktivitäten bis zur endgültigen Lösung des Heta-Themas in den ersten vier Monaten 2016 deutlich verringert. Dies hat sich auch auf die Kerngeschäftsentwicklung ausgewirkt, mittlerweile hat das Neugeschäft aber wieder das angestrebte Niveau erreicht. Christoph Raninger: „Anfang 2016 stand das Prinzip Vorsicht weiterhin im Vordergrund. Wir sind mit angezogener Handbremse gefahren, waren zu jedem Zeitpunkt auf alle denkbaren Szenarien vorbereitet und hätten auch den Worst-Case überstanden. Mit der letztendlich mehrheitlichen Annahme des zweiten KAF-Angebots war dann klar, dass wir den Heta-Rucksack ablegen und den Hebel in Richtung Wachstum umlegen können.“

Kostenmanagement und stabiler Gesamtertrag führen zu Rekordergebnis

Effizienzsteigerungen und konsequentes Kostenmanagement haben im Jahr 2016 zu einer deutlichen Reduktion der Betriebsaufwendungen um 19,3 % von 60,6 Mio. Euro auf 48,9 Mio. Euro geführt. Die Betriebserträge beliefen sich 2016 auf 41,2 Mio. Euro (2015: 84,0 Mio. Euro). Ein Jahresvergleich ist aufgrund der in den jeweiligen Jahren getätigten Managementmaßnahmen, wie risikoreduzierende Derivateauflösungen und Zukunftsinvestitionen, sowie aufgrund des verkürzten Geschäftsjahres 2016 nicht aussagekräftig. Dementsprechend hat auch das negative Betriebsergebnis in Höhe von 7,7 Mio. Euro untergeordnete Bedeutung.

Wesentliche Bedeutung hat die Entwicklung des Gesamtertrages, also Betriebserträge unter Einbeziehung des Bewertungsergebnisses aus Umlaufvermögen und Finanzanlagen, welche in beiden Geschäftsjahren als Managementeinheit betrachtet wurden. Hier zeigt sich im Jahresvergleich eine stabile Entwicklung von 64,1 Mio. Euro 2016 zu 63,3 Mio. Euro 2015. Abzüglich der Betriebsaufwendungen ergibt sich im Berichtsjahr somit ein Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT) bzw. Ergebnis vor Steuern von 15,2 Mio. Euro (2015: 2,8 Mio. Euro) sowie ein Ergebnis nach Steuern in Höhe von 10,3 Mio. Euro (2015: 3,7 Mio. Euro).

Hervorragende Kapitalbasis, gestiegene Kundeneinlagen

Zum 31.12.2016 verfügte die Austrian Anadi Bank über eine Bilanzsumme von 2,9 Mrd. Euro (2015: 3,0 Mrd. Euro). Die konsequent fortgesetzte Bilanzoptimierung führte 2016 zu einer weiteren Stärkung der harten Kernkapitalquote (CET1) auf 15,75 % (2015: 14,40 %), was erneut einen Spitzenwert im Quervergleich österreichischer Banken bedeutet. Als Folge des Heta-bedingten Neugeschäftsstopps in den ersten 4 Monaten des Geschäftsjahres

verringerten sich die Kundenforderungen in der Berichtsperiode auf 2.051,6 Mio. Euro (2015: 2.264,4 Mio. Euro).

Der Fokus der Bank lag auch 2016 auf der Verringerung ertragsschwacher Vermögenswerte und der selektiven Reinvestition in Vermögenswerte mit besseren Renditen. Kundeneinlagen stiegen hingegen auf 1.495,1 Mio. Euro (2015: 1.229,8 Mio. Euro), was als Beleg für den stabilen Kundenstamm und die starke primäre Finanzierungsbasis zu werten ist. Das Verhältnis von Krediten zu Kundeneinlagen von 86,50 % unterstreicht die hervorragende Liquiditätsposition der Austrian Anadi Bank und der Anteil der zum Bilanzstichtag überfälligen Kredite (NPL) von 2,24 % des Gesamtrisikos bestätigt ihre gesunde Bilanz.

Konsequente Fortsetzung der strategischen Neuausrichtung: Digitalisierung, mobile Angebote, Indien-Geschäft

Die Austrian Anadi Bank hat im Berichtsjahr 2016 weitere wichtige Schritte in Richtung einer modernen, digitalen Multikanal-Bank mit internationaler Ausrichtung gesetzt. Portfolios wurden neugestaltet, Produkte und Services optimiert, Organisationsstrukturen und Prozesse verbessert. Der Personalstand wurde mit einer Reduktion von 438 auf 360 Mitarbeiter weitgehend an die Größe und Struktur der Bank angepasst. Der notwendige Adaptierungsprozess wurde mit größtmöglicher sozialer Verantwortung und in enger Abstimmung mit dem Betriebsrat auf Basis eines Sozialplans und einer freiwilligen Arbeitsstiftung umgesetzt.

Im Retail-Banking wurde das Filialnetz in Kärnten modernisiert und durch die Zusammenlegungen von Standorten eine Ausweitung der Beratungszeiten ermöglicht. Mit dem Start des zentralen Customer Care Centers im August 2016 schuf die Anadi Bank eine zusätzliche Säule ihres mobilen Ansatzes: es werden rund 13.000 Anrufe pro Monat bearbeitet und rund 80 % davon bereits beim Erstkontakt positiv erledigt. Vorarbeiten für die Neugestaltung der Kunden-Website trugen zu einem erfolgreichen Launch von www.anadibank.com im ersten Quartal 2017 bei. Ergänzt wurde der verbesserte Online-Auftritt der Bank durch moderne digitale Angebote, wie eine deutlich verbesserte mobile APP, sowie eine der ersten online Video-Legitimationen Österreichs. Im Online-Banking wurden im Berichtsjahr 8.000 Neukunden gewonnen, die Gesamtkundenzahl ist um 12 % auf 56.000 gewachsen. Weitere digitale Angebote werden 2017 die Positionierung als moderne, kundenfreundliche Bank stärken.

Im Corporate Banking hat die Anadi Bank ihr Portfolio neu geordnet und positioniert sich als Hausbank für KMU in den Bereichen Handel, Produktion und Immobilien. Der strategische Ausbau des Exportgeschäfts mit Fokus auf der Servicierung von Finanz- und Warenströmen zwischen Zentraleuropa und Indien zeigt bereits eine erfreuliche Entwicklung. Über die Eigentümerfamilie Kanoria bietet die Anadi Bank österreichischen Unternehmen einen einzigartigen Zugang zum Wachstumsmarkt Indien. Raninger: „Als kleine und moderne Hybridbank mit einem wertvollen Indien-USP können wir Kunden einfacher, beweglicher und schneller als andere unterstützen.“

Ausblick: Sehr gut für künftiges Wachstum positioniert

Das anhaltende Niedrigzinsumfeld, der unveränderte Margendruck in einem verhalten wachsenden Wirtschaftsumfeld und fortgesetzte regulatorische Belastungen sind auch im Geschäftsjahr 2017 herausfordernde Rahmenbedingungen. Die Performance der Anadi Bank im Geschäftsjahr 2016 stimmt Christoph Raninger jedoch positiv: „Eine Bank, die trotz Umbaus bei laufendem Betrieb und massiv erschwerten Rahmenbedingungen ein so beachtliches Ergebnis erwirtschaftet, kann mit Optimismus in die Zukunft blicken. Wir sind vom schweren Heta-Rucksack befreit, erstklassig kapitalisiert und strategisch gut für die kommenden Entwicklungen im Bankgeschäft positioniert.“

Geschäftsjahr 2016 der Austrian Anadi Bank AG

	in EUR Mio.	2016	2015
Bilanz	Bilanzsumme	2.934	3.062
	Primärmittel (Kundeneinlagen, eig. Emissionen)	2.372	2.277
	Kreditvolumen	2.052	2.264
	Eigenmittel	184	174
G + V	Betriebserträge	41	84
	Betriebsaufwendungen	-49	-61
	Betriebsergebnis	-8	23
	Saldo aus Veräußerung und Bewertung (AV und UV)	23	-21
	EGT	15	3
	Jahresgewinn	10,3	3,7
Kennzahlen	CET 1 Ratio	15,75%	14,40%
	Return on Equity (RoE)	6,23%	2,37%
	Loan/Deposit Ratio	86,50%	99,45%
	NPL Ratio	2,24%	3,54%
	Anzahl der Mitarbeiter nach Köpfen	360	438

Über die Austrian Anadi Bank AG

Die Austrian Anadi Bank AG ist eine österreichische, mobile Multikanal-Bank mit den Geschäftssegmenten Retail Banking, Corporate Banking und Public Finance. Sie bietet Kunden einfach zu nützende digitale Services, ein mobiles Beratungsteam und Filialen in ausgewählten Ballungsräumen. Als Hausbank für mittelständische Unternehmen in Handel, Industrie und Immobilien sowie als Produktspezialist für Unternehmen im Import- und Exportbereich ermöglicht sie Unternehmen gemeinsam mit ihrem britisch-indischen Eigentümer einen einzigartigen Zugang zum Wachstumsmarkt Indien. An 10 Standorten in Kärnten, Salzburg, Steiermark und Wien arbeiten 360 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für 56.000 Kunden. Zum 31.12.2016 betrug die Bilanzsumme 2,9 Mrd. Euro, bei einem EGT in Höhe von 15,2 Mio. Euro. Mit einer harten Kernkapitalquote (CET1) von 15,75 % verfügt die Austrian Anadi Bank AG über eine hervorragende Kapitalbasis. Bank und Eigentümer legen Wert auf langfristiges und stabiles Wachstum.

www.anadibank.com

Rückfragenhinweise:

Bernhard Hudik
Pressekontakt Austrian Anadi Bank
Telefon: +43/664/922 72 71
bernhard.hudik@klar.net
presse@anadibank.com
www.anadibank.com