

29.03.2019 – Presseinformation Bilanz 2018

## 2018 neuerliches Wachstumsjahr für Austrian Anadi Bank

- **Wachstumskurs nach gelungener Neuausrichtung auch 2018 bestätigt**
- **Neugeschäftsvolumen mit +44 % wieder sehr stark gewachsen**
- **Stabiles EGT trotz Wegfall von Einmaleffekten**
- **Erfolgreiche Platzierung von Nachrangkapital (Tier 2) über EUR 25 Mio.**
- **Gesunde Bilanz und gute Eigenmittelbasis: Kapitalquote 16,2 %, solide Refinanzierungsbasis, niedrige NPL-Quote von 2,1%**

Christoph Raninger, CEO der Austrian Anadi Bank, freut sich über ein weiteres Erfolgsjahr für das Institut: *„Dank unserer strategischen Neuausrichtung und konsequenten Fortsetzung unserer Digitalisierungsinitiativen konnten wir den aufgebauten Schwung auch 2018 voll mitnehmen und die bisherigen Erfolge mit einem neuerlich sehr starken Geschäftsjahr sogar noch übertreffen.“*

### Steigende operative Betriebserträge und stabiles EGT

Die Betriebserträge erreichten per 31.12.2018 EUR 51,7 Mio., was (nach Berücksichtigung von Einmaleffekten) einer Steigerung von 8,2 % zum Vorjahr entspricht. Die Nettozinserträge summierten sich auf EUR 33,3 Mio. und konnten damit (netto von Einmaleffekten) um 11 % zulegen. Die Provisionserträge stiegen per Jahresultimo 2018 um 14,7 % auf EUR 18,8 Mio. (31.12.2017: EUR 16,4 Mio.). Durch ein anhaltend striktes Kostenmanagement konnten die Betriebsaufwendungen um 3 % auf EUR 45,2 Mio. gesenkt werden, obwohl die Aktualisierung der Sterbetafeln seitens der Statistik Austria zu einer erhöhten Belastung führte. *„Durch konsequentes Risikomanagement konnten wir die Risikokosten um 44 % im Vergleich zum Vorjahr senken – ein Beleg für die ausgezeichnete Kreditqualität unseres Portfolios“*, erklärt Christoph Raninger. Folglich blieb das EGT trotz im Vergleich zum Vorjahr deutlich geringerer Einmaleffekte zum 31.12.2018 mit EUR 6,7 Mio. im Jahresvergleich stabil. Die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter blieb mit rund 340 Köpfen im Jahresvergleich annähernd unverändert.

### Neugeschäftsvolumen +44 %, Konsumkredite verdoppelt

Die Austrian Anadi Bank betreute per Jahresultimo 2018 mehr als 58.000 Privat- und Geschäftskunden, davon rund 57.000 im Retailbereich. Das Konsumkreditgeschäft

verdoppelte sich 2018 im Vergleich zum Vorjahr (+101,2 %), die Retail-Kundeneinlagen konnten um 4,7 % weiter gesteigert werden. Die bilanziellen Kundenforderungen stiegen netto um 6,8 % auf EUR 2,2 Mrd. Das Neukreditgeschäft legte dabei im Jahresvergleich in Summe um 44 % von 341 Mio. auf mehr als 490 Mio. zu. *„Mit unseren Zuwachsraten im Neukreditgeschäft sind wir damit fast neunmal stärker gewachsen als die Banken im EU-Durchschnitt. Seit 2016 konnten wir das jährliche Neugeschäftsvolumen um satte 185 % steigern“*, freut sich Raninger.

### **Entwicklung des Corporate Bereichs erneut sehr stark**

Auch 2018 sticht die Entwicklung des Corporate Geschäfts mit einem Wachstum von 67 % gegenüber dem Vorjahr hervor. Das Finanzierungsvolumen im Bereich Corporate erreichte 2018 mit rund EUR 285 Mio. Neugeschäft einen Rekordwert. Auch der bilanzielle Ausleihungsstand gegenüber Unternehmenskunden nahm per 31.12.2018 einen neuen Höchststand von rund EUR 640 Mio. an. *„Im Corporate Banking garantieren wir Flexibilität, kürzeste Entscheidungsgeschwindigkeit bei gleichzeitig höchster Qualität, dies schätzen unsere Kunden. Wir verfolgen unsere erfolgreiche Marktpositionierung als kompetente Hausbank für mittelständische, insbesondere eigentümergeführte, Unternehmen konsequent weiter“*, erklärt Raninger.

### **Moderne Hybridbank als Herausforderer der Großbanken**

Die Strategie der Austrian Anadi Bank zielt auf stabiles, langfristiges Wachstum über einen modernen, hybriden Banking-Ansatz ab. Christoph Raninger erläutert: *„Als moderne Hybridbank sehen wir uns als Herausforderer der etablierten Großbanken. Dank digitalisierter Prozesse für unsere Kernprodukte können wir jedes Geschäft nahtlos an unsere einheitliche Prozesskette andocken, egal, ob über Filiale, App, Website oder mobile Berater. Unkomplizierte Abwicklung, rasche Entscheidungen, alle Vertriebskanäle reibungslos verbinden und den Kunden überall mit einfachen Produkten erreichen – das ist unser Erfolgsgeheimnis“*, so Raninger.

Seit kurzem bietet das Institut die kostenlose „Multibanking“-Funktion im Anadi Online-Banking sowie in der Anadi App: Mit nur wenigen Klicks können Kunden ihre Konten bei Fremdbanken nun in ihr persönliches Anadi Online-Banking einbinden und so stets alle Konten parallel im Blick behalten. Ein einfacher Log-In mit den Zugangsdaten der entsprechenden Bankverbindung im Anadi Online-Banking genügt, um die anderen Kontoverbindungen zu integrieren. Raninger: *„Damit passen wir uns schon jetzt an die mit*

September 2019 vollumfänglich in Kraft tretende zweite PSD II Richtlinie der Europäischen Union an.“

### **Lückenlose digitale Wertschöpfungskette**

Die Implementierung einer lückenlosen digitalen Wertschöpfungskette bleibt ein strategischer Schwerpunkt der Anadi Bank. Dabei ist das Institut schon weit gekommen: Das digitalisierte Produktangebot reicht mittlerweile vom Online „Onboarding“ Prozess für Neukunden, über das Online-Konto, den Online-Zahlungsverkehr, einer State-of-the-Art Banking-App, Online-Sparen, bis hin zum „iLoan“ Online-Konsumkredit. Vervollständigt wird das Online-Angebot in Kürze mit einer vollautomatisierten Bankgarantie, dem „iSME Loan“ für KMU und dem „iMortgage Loan“ für Immobilienfinanzierungen.

Der papierlose iLoan entwickelte sich 2018 bereits hervorragend und erreichte zum Jahresultimo ein Volumen von EUR 18 Mio. Der iLoan punktet mit einfachster Beantragung, schneller Kreditzusage und rascher Auszahlung. Raninger illustriert in diesem Zusammenhang die Synergien des Hybridansatzes: *„Gerade das Produkt Konsumkredit ist ein Beispiel für diese Synergien: Dank voll digitalisierter Abwicklungsprozesse konnten wir auch die Bearbeitungszeit für Konsumkredite in den Filialen um 75 % reduzieren. Von der Antragstellung bis zur Auszahlung vergehen nun durchschnittlich nur noch 30 Minuten.“*

### **Rückkehr der Anadi Bank auf den Kapitalmarkt**

Im Dezember 2018 konnte die Austrian Anadi Bank eine Nachrangemission über 25 Mio. EUR erfolgreich platzieren, um die positive Dynamik im Kerngeschäft kontinuierlich fortzusetzen. Die Emission liegt mit einem Kupon von 6,25 % unter dem Verzinsungsniveau vergleichbarer Transaktionen. *„Mit dieser Platzierung haben wir als Emittentin die Rückkehr auf den Kapitalmarkt geschafft. Das Vertrauen eines professionellen institutionellen Investors ist ein weiterer Beleg für unseren Erfolgsweg“*, bekräftigt Raninger.

### **Gesunde Bilanz, Top-Wert bei NPL-Quote**

Die Aufwände für notleidende Kredite gingen 2018 im Vergleich zum Vorjahr um 44 % auf EUR 2 Mio. zurück. Damit konnte die Austrian Anadi Bank die NPL-Quote weiter reduzieren und glänzt hier mit einem Bestwert: Per Jahresende 2018 erreichte diese Kennzahl nur noch 2,1 % (31.12.2017: 2,7 %). Christoph Raninger: *„Mit einer NPL-Quote von 2,1 % liegen wir mehr als 25 % unter dem österreichischen Branchenschnitt.“*

Durch das solide Wachstum im Kreditgeschäft reduzierte sich die Quote des harten Kernkapitals CET1 auf 14 % (31.12.2017: 16,2 %). Die Gesamtkapitalquote blieb 2018 nach der erfolgreichen Platzierung der Nachrangemission über EUR 25 Mio. annähernd stabil auf 16,1 % (31.12.2017: 16,2 %). Damit weist das Institut eine solide Kapitalisierung aus und liegt mit allen wesentlichen Kapitalkennzahlen weiterhin deutlich über den regulatorischen Anforderungen. Auch die Refinanzierungsbasis steht auf sehr soliden Beinen: *„Unsere Primärmittel legten im Vorjahr um 4,7 % zu. 2018 stammten rund 80 % unserer Refinanzierung aus besonders stabilen Quellen wie Kundeneinlagen und Covered Bonds“*, ergänzt Raninger.

Getrieben von der starken Entwicklung in den Kerngeschäftsfeldern, erhöhte sich die Bilanzsumme zum 31.12.2018 um 6,2 % auf knapp EUR 3,1 Mrd. (31.12.2017: EUR 2,9 Mrd.). Hauptverantwortlich für die Steigerung in Höhe von EUR 178,8 Mio. gegenüber dem Vorjahr war die erfreuliche Entwicklung des Neugeschäfts in den Bereichen Retail und Corporate.

### **Ausblick: Digitale Innovation und neue Absatzkanäle**

Die Austrian Anadi Bank wird ihre Hybridbankenstrategie durch den weiteren Ausbau der digitalen Wertschöpfungskette, die Standardisierung des Kernproduktportfolios sowie die Modernisierung des Filialnetzwerkes konsequent fortsetzen. Damit stärkt die Anadi Bank nicht nur ihr Kerngeschäft in Österreich, sondern erleichtert auch eine Expansion in neue Zielmärkte. Im Corporate Bereich prüft das Institut Konzepte wie die Eröffnung „hybrider Repoffices“ in neuen Märkten. Der in Kürze verfügbare „iSME Loan“ für KMU soll dabei eine standardisierte Erfassung von Kerngeschäftsparemern ermöglichen, welche direkt in den vorhandenen Systemen der Bank verarbeitet werden. Ein Team von lokalen Repräsentanten kann sich dann vollständig auf die Generierung von Kundengeschäft konzentrieren.

Christoph Raninger fasst zusammen: *„Höchste Prozesseffizienz, hohe Entscheidungsgeschwindigkeit bei gleichzeitig hoher Qualität und digitaler Innovationskraft: Das werden weiterhin unsere Erfolgsfaktoren sein. Diese Vorteile wollen wir als kleine agile Bank nutzen und so unsere größeren Mitbewerber am Markt herausfordern – quasi als ‚Challenger Bank‘ gegenüber den Etablierten“*, schließt Christoph Raninger.

### **Über die Austrian Anadi Bank AG**

Die Austrian Anadi Bank AG ist eine österreichische, mobile Hybrid-Bank mit den Geschäftssegmenten Retail Banking, Corporate Banking und Public Finance. Mit ihrem modernen Hybridansatz fordert die Anadi Bank traditionelle Bankmodelle heraus: Einerseits bietet sie persönliche Kundenbetreuung über Filialen, durch mobile Berater und mit einem Team von Customer

Care Agents. Andererseits setzt die Anadi Bank auf einfach zu nützende digitale Services und entwickelt dazu ihre digitale Wertschöpfungskette laufend weiter. Als Hausbank zahlreicher KMUs in Handel, Industrie und Immobilien setzt das Institut die Vorteile seiner schlanken Struktur gezielt ein. Die Bank punktet durch hohe Entscheidungsgeschwindigkeit und kann als Produktspezialist maßgeschneiderte und smarte Lösungen für Unternehmen anbieten. An 15 Standorten in Kärnten, Steiermark und Wien arbeiten rund 340 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für mehr als 58.000 Kundinnen und Kunden. Neben den Filialen bilden mobile Sales Units in Wien, der Steiermark, Salzburg und Kärnten kundennahe Vertriebsstützpunkte. Zum 31.12.2018 betrug die Bilanzsumme 3,1 Mrd. Euro bei einem EGT in Höhe von rund 7 Mio. Euro. Mit einer harten Kernkapitalquote (CET1) von 14 % verfügt die Austrian Anadi Bank AG über eine hervorragende Kapitalbasis. Die Bank und ihre Eigentümer legen Wert auf langfristiges und stabiles Wachstum.

**Rückfragehinweise:**

Saskia Wallner

Pressekontakt Austrian Anadi Bank

Telefon: +43 664 808 69 109

[saskia.wallner@ketchum-publico.at](mailto:saskia.wallner@ketchum-publico.at)[presse@anadibank.com](mailto:presse@anadibank.com)[www.austrian-anadi-bank.com](http://www.austrian-anadi-bank.com)