



MIT WERTEN ERFOLGREICH

Geschäftsbericht der TeamBank AG 2009

TeamBank AG

Ein Unternehmen der DZ BANK Gruppe und Partner der genossenschaftlichen Bankengruppe

EASYCREDIT ist mit knapp einer halben Million Kunden Ende 2009 die erste und bekannteste Produktmarke im Segment Ratenkredite. Der Ratenkreditexperte im genossenschaftlichen FinanzVerbund differenziert sich mit fairen Produktmerkmalen, einfachen Prozessen und umfassender Beratung vom Wettbewerb und unterstützt so die Genossenschaftsbanken, Marktanteile im Bereich Ratenkredite zu gewinnen. Mit dem Titel „Arbeitgeber des Jahres“ wird das ausgeprägte Wertesystem von easyCredit gewürdigt, das sich auch auf die erfolgreiche Markenentwicklung auswirkt. Die wertebalancierte Führungs- und Unternehmenskultur ist getragen vom genossenschaftlichen Wertekanon.

Die TeamBank AG ist ein Unternehmen der DZ BANK Gruppe, gemeinsam mit der Bausparkasse Schwäbisch Hall, DG HYP (Deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank), DZ BANK International, DZ PRIVATBANK Schweiz, R+V Versicherung, Union Investment Gruppe, der VR LEASING und verschiedenen anderen Spezialinstituten. Die Unternehmen der DZ BANK Gruppe gehören zu den Eckpfeilern des Allfinanz-Angebots der genossenschaftlichen Bankengruppe. Durch die Kooperation der Unternehmen der DZ BANK Gruppe können die Vertriebsangebote für die genossenschaftlichen Banken und deren rund 30 Millionen Kunden optimiert werden.

Die DZ BANK Gruppe ist Teil des genossenschaftlichen FinanzVerbundes, der mehr als 1.100 Volksbanken Raiffeisenbanken umfasst und, gemessen an der Bilanzsumme, eine der größten privaten Finanzdienstleistungsorganisationen Deutschlands ist. Innerhalb des FinanzVerbundes fungiert die DZ BANK AG als Zentralinstitut für mehr als 900 Genossenschaftsbanken mit deren 12.000 Bankstellen und als Geschäftsbank.

Diese Kombination von Bankdienstleistungen, Versicherungsangeboten, Bausparen und Angeboten rund um die Wertpapieranlage hat im genossenschaftlichen FinanzVerbund eine große Tradition. Die Spezialinstitute der DZ BANK Gruppe stellen in ihrem jeweiligen Kompetenzfeld wettbewerbsstarke erstklassige Produkte zu vernünftigen Preisen bereit. Damit sind die Genossenschaftsbanken in Deutschland in der Lage, ihren Kunden ein komplettes Spektrum an herausragenden Finanzdienstleistungen anzubieten.

Zahlen im Überblick

DZ BANK Gruppe (Zahlen nach IFRS)

| In Mio. Euro | 2009* | 2008 |
|--|----------------|----------------|
| Ertragslage | | |
| Operatives Ergebnis ^{1) 2)} | 1.519 | - 1.006 |
| Risikovorsorge im Kreditgeschäft | - 683 | - 545 |
| Konzernergebnis vor Steuern ²⁾ | 836 | - 1.551 |
| Konzernergebnis ²⁾ | 346 | - 1.166 |
| Aufwand-Ertrags-Relation (in Prozent) | 62,0 | > 100,0 |
| Vermögenslage | | |
| Aktiva | | |
| Forderungen an Kreditinstitute | 61.100 | 70.036 |
| Forderungen an Kunden | 112.796 | 117.021 |
| Handelsaktiva | 91.190 | 114.443 |
| Finanzanlagen | 61.429 | 66.322 |
| Kapitalanlagen der Versicherungsunternehmen | 53.426 | 49.040 |
| Sonstige Aktiva | 8.584 | 10.265 |
| Passiva | | |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ²⁾ | 55.556 | 59.643 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kunden ²⁾ | 77.146 | 77.807 |
| Verbriefte Verbindlichkeiten | 65.532 | 65.525 |
| Handelspassiva | 113.468 | 152.729 |
| Versicherungstechnische Rückstellungen | 52.351 | 48.205 |
| Sonstige Passiva | 14.239 | 14.800 |
| Eigenkapital ²⁾ | 10.233 | 8.418 |
| Bilanzsumme²⁾ | 388.525 | 427.127 |
| Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt (Anzahl) | 25.636 | 24.642 |

* | vorläufige Zahlen

1 | Operative Erträge (Zinsüberschuss+Provisionsüberschuss+Handelsergebnis+Ergebnis aus Finanzanlagen+Sonstiges Bewertungsergebnis aus Finanzinstrumenten+Ergebnis aus dem Versicherungsgeschäft+Sonstiges betriebliches Ergebnis) abzüglich Verwaltungsaufwendungen

2 | Vorjahresbetrag angepasst

TeamBank AG (Zahlen nach HGB)

| In Mio. Euro | 2009 | 2008 |
|---|---------|---------|
| Bilanzsumme | 5.667 | 5.209 |
| Bestand easyCredit/Kundenforderungen | 5.602 | 4.933 |
| Rohertrag | 267 | 257 |
| Zinsüberschuss nach Risiko | 241 | 244 |
| Aufwand (Personalkosten, Sachkosten, Abschreibungen) | 152 | 165 |
| Ergebnis vor Steuern | 43 | 39 |
| Anzahl Kunden | 496.000 | 443.000 |
| Anzahl Mitarbeiter | 1.064 | 1.053 |
| davon Auszubildende | 18 | 28 |
| Prozentsatz der Genossenschaftsbanken, die Partnerbanken sind | 76 % | 76 % |

MIT WERTEN ERFOLGREICH

Die Basis für unsere Werte ist das Leitbild des „Ehrbaren Kaufmanns“. Es umfasst alle Dimensionen unseres Handelns, bis hin zu verantwortungsvollem gesellschaftlichen Miteinander.



S 10



S 16



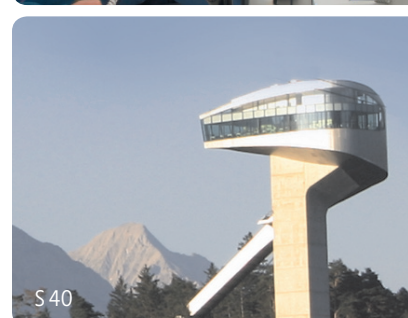
S 22



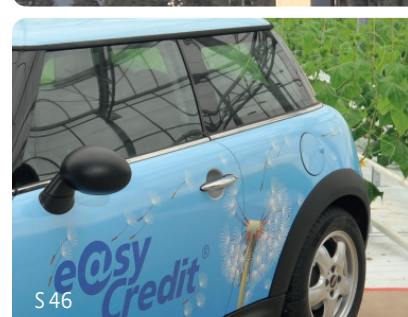
S 28



S 34



S 40



S 46

INHALT

| | |
|--------------------------------|-------|
| CHRONIK 2009 | S 04 |
| GRUSSWORT | S 06 |
| <hr/> | |
| BEGEISTERND | S 10 |
| VERTRAUENSVOLL | S 16 |
| EINFACH | S 22 |
| AUSGEZEICHNET | S 28 |
| GEMEINSAM | S 34 |
| FAIR | S 40 |
| VERANTWORTLICH | S 46 |
| DIE EASYCREDIT MITARBEITER | S 52 |
| <hr/> | |
| LAGEBERICHT | S 54 |
| FINANZWIRTSCHAFTLICHER BERICHT | S 56 |
| RISIKOBERICHT | S 65 |
| PROGNOSEBERICHT | S 76 |
| JAHRESBILANZ | S 78 |
| GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG | S 80 |
| <hr/> | |
| ANHANG | S 82 |
| BESTÄTIGUNGSVERMERK | S 94 |
| BERICHT DES AUFSICHTSRATES | S 95 |
| BEIRAT DER TEAMBANK | S 97 |
| <hr/> | |
| STICHWORTVERZEICHNIS | S 100 |
| IMPRESSUM | S 102 |

easyCredit 2009: mit Werten erfolgreich



01 JANUAR

Innovativ: Die neue easyCredit-Card ist mehr als eine klassische Kreditkarte, denn sie bietet zusätzlich eine weitere Finanzreserve. Als verantwortungsvoller Ratenkreditexperte wird der finanzielle Spielraum individuell festgelegt und auf Sicherheit geachtet.

02 FEBRUAR

Begeisternd: easyCredit stellt mit dem Konjunktur-Paket die Liquidität seiner Kunden sicher.

Herausragend: Die TeamBank zählt zu den 100 besten Arbeitgebern im deutschen Mittelstand. Das war das Ergebnis des Wettbewerbs TOP JOB 2009.

03 MÄRZ

Attraktiv: Die TeamBank erhält beim Wettbewerb „Top-Arbeitgeber Deutschland 2009“ eine Auszeichnung als attraktiver Arbeitgeber.

04 APRIL

Ideenreich: Die TeamBank setzt auf das Ideenmanagement, bei dem sich alle Mitarbeiter beteiligen können.

05 MAI

Sportlich: easyCredit siegt beim Firmenlauf in der Kategorie „Firmen mit mehr als 250 Mitarbeitern“.

Fair: easyCredit erhält das dritte TÜV-Siegel für besonders faire Beratung in den easyCredit-Shops.

06 JUNI

Familienfreundlich: Die TeamBank bekommt von der berufundfamilie gGmbH das Zertifikat familienfreundliches Unternehmen.

Sehenswert: Claudia Arendt von der Volksbank Lübeck gewinnt das TV-Casting und ist zusammen mit dem Fairman in TV-Spots zu sehen.

Ausgezeichnet: Das Förderprojekt „Konsum geplant – Budget im Griff“ der Stiftung Deutschland im Plus erhält die Auszeichnung als UNESCO-Dekade-Projekt.

07 JULI

Erfolgreich: easyCredit überzeugt mehr als 100.000 Neukunden. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht das einer Steigerung im Neukundengeschäft um 30 Prozent.

Zertifiziert: Der Bereich „Produktion und Services“ wird 2009 erfolgreich nach DIN EN ISO 9001:2008 zertifiziert.



08 AUGUST

Mitarbeiterorientiert: easyCredit baut seine Präsenz am Standort Chemnitz mit 20 neuen, qualifizierten Arbeitsplätzen weiter aus und eröffnet ein Service-Center.

Offensiv: easyCredit unterstützt gemeinsam mit den Genossenschaftsbanken im Rahmen der Kredit-Offensive Privatkunden bei der Durchführung ihrer geplanten Investitionen.

09 SEPTEMBER

Konstruktiv: Der Raiffeisenbeirat Tirol wird gegründet und ein Meinungsaustausch institutionalisiert.

Glanzvoll: Traditionell unterstützt easyCredit den Nürnberger Opernball. Der Erlös aus der Tombola – 50.000 Euro – kommt dem Projekt Nürnberger KulturRucksack für Kinder zugute.

10 OKTOBER

Hilfsbereit: Nach dem Aus für Quelle stellt die TeamBank – in enger Abstimmung mit den Verantwortlichen der Städte Nürnberg und Fürth, der Arbeitsagentur und den Genossenschaftsbanken der Region – 40 Arbeitsplätze zur Verfügung.

Informiert: Zwei Schuldnerberater der Stiftung Deutschland im Plus informieren bei einer Telefonaktion in Nürnberg kostenlos zum Thema „Wie kommt man aus der Schuldenfalle?“

11 NOVEMBER

Kunstvoll: Renommiertere Künstler und Illustratoren gestalten 100 neue easyCredit-Dienstfahrzeuge.

Präsent: Zum zweiten Mal ist die TeamBank auf der größten Bewerbermesse für Studierende, Absolventen und Young Professionals vertreten.

12 DEZEMBER

Weihnachtlich: easyCredit prämiert unter 900 Einsendungen das schönste 1. FCN-Weihnachtskartenmotiv.

Engagiert: Die Stiftung Deutschland im Plus unterstützt den Überschuldungsreport 2009.

01 JANUAR 2010

Exzellent: easyCredit wird mit ausgeprägtem Wertesystem „Arbeitgeber des Jahres“. Das ist das Ergebnis des bundesweiten und branchenübergreifenden TOPJOB- Unternehmensvergleichs in der Größenklasse bis 5.000 Mitarbeiter.



Dr. Christiane Decker, Theophil Graband, Christian Polenz

Grußwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

welches Bild geht Ihnen durch den Kopf, wenn Sie an einen „ehrbaren Kaufmann“ denken? Das Bild eines Mannes mit historischer Kleidung, der mit Feder und Tintenfass die Geschäfte des Tages in ein schweres, ledergebundenes Buch einträgt? Selbstverständlich ist dieses Bild in Zeiten globaler Wirtschaft und entsprechender Vernetzung überholt. Deshalb wollen wir die traditionellen Werte des ehrbaren Kaufmanns nicht mit historischer Verklärung kopieren, sondern sie neu leben: Wir stellen uns zeitgemäß und mit der heute angebrachten Werthaltung den Herausforderungen von Wirtschaft und Gesellschaft und bringen uns aktiv und verantwortlich ein.

Woran erkennt man den ehrbaren Kaufmann von heute? Er trägt wie viele andere Businesskleidung und arbeitet mit Handy und Laptop. Der ehrbare Kaufmann von heute kann auch eine ehrbare Kauffrau sein. Er unterscheidet sich aber substantiell von dem Bild, das Medien und Öffentlichkeit in diesen Tagen mitunter von Managern und Bankern zeichnen.

Der ehrbare Kaufmann von heute stellt sich mit fundierter unternehmerischer Kompetenz dem wirtschaftlichen Wettbewerb. Er zeichnet sich darüber hinaus insbesondere durch seine Vorbildfunktion, seine innere Haltung und sein nachhaltiges Engagement aus. Der ehrbare Kaufmann von heute übernimmt aktiv Verantwortung. Sein Engagement endet nicht an der Tür des eigenen Unternehmens, es dient der Gesellschaft und damit allen Stakeholdern.

easyCredit hat einen Handlungsrahmen für alle Mitarbeiter geschaffen, der auf den Werten des ehrbaren Kaufmanns beruht und folgende Leitsätze enthält:

Wir begeistern Kunden. Wir verdienen uns Vertrauen. Wir machen es einfach. Wir sind die Besten. Wir sind ein Team.
Wir sind fair.

Besonders der Wert „Wir sind ein Team“ impliziert bei easyCredit eine Erweiterung des klassischen Kaufmannsbegriffs: Wir sind ein „ehrbares Unternehmen“. Wir alle leben unsere Werte täglich: Im Umgang mit Kollegen, im Kontakt mit Lieferanten und mit anderen Marktteilnehmern – und ganz besonders bei der Beratung und Begleitung unserer Kunden.

Wertebalance gelingt vor allem dann besonders gut, wenn auch das Umfeld ehrbares, tugendhaftes und nachhaltiges Handeln verkörpert. Wir befinden uns im besten Umfeld, das wir uns für unser Unternehmen vorstellen können: im genossenschaftlichen FinanzVerbund. Gerade im abgelaufenen Geschäftsjahr blieb die Säule des Genossenschaftssektors als einzige in Deutschland standhaft, weil sie auf einem festen Wertefundament steht: Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Selbstverwaltung stehen seit 200 Jahren im Zentrum des Handelns der Genossenschaften und erweisen sich heute mehr denn je als Erfolgsfaktoren.

Basierend auf diesem Wertefundament stellt easyCredit ein Produkt zur Verfügung, das sich vom Wettbewerb durch Qualität und Fairness gegenüber den Kunden differenziert.

Mit unserem vorliegenden Geschäftsbericht, der den Titel „Mit Werten erfolgreich“ trägt, möchten wir Sie an unseren Werten teilhaben lassen und Ihnen zeigen, wie wir sie leben. Denn traditionelle Werte und ökonomischer Erfolg stellen nicht nur keinen Widerspruch dar, sondern bedingen sich gegenseitig – ganz im Sinne ehrbarer Kaufleute in Anzügen mit einem easyCredit- und einem Genossenschaftslogo am Revers.

Mit freundlichen Grüßen



Theophil Graband



Dr. Christiane Decker



Christian Polenz

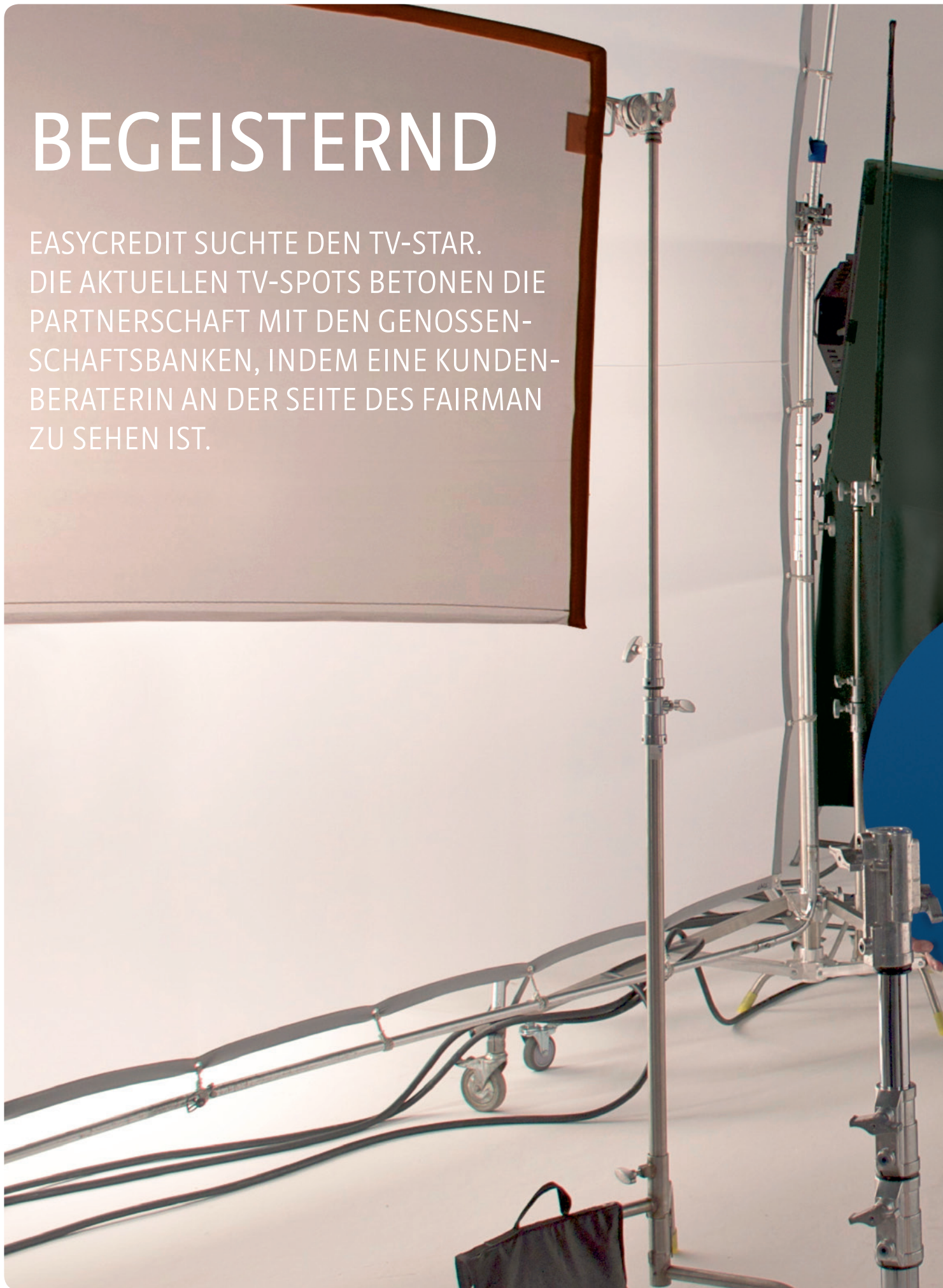


Der Führungskreis (vorne von links):

1. Reihe: Jens Pirnay, Andreas Sedlmaier, Jörg Bruch, Philipp Blomeyer
2. Reihe: Heinz Schreiner, Andreas Thimm, Stefan Martin Büttner, Christoph Holtschmit, Bettina Penk
3. Reihe: Jürgen Hien, Jörg Geisler, Thilo Feuchtman, Hans Piller, Gerhold Venhaus, Marco May, Robert Frosch, Gerhard Butz

BEGEISTERND

EASYCREDIT SUCHTE DEN TV-STAR. DIE AKTUELLEN TV-SPOTS BETONEN DIE PARTNERSCHAFT MIT DEN GENOSSENSCHAFTSBANKEN, INDEM EINE KUNDENBERATERIN AN DER SEITE DES FAIRMAN ZU SEHEN IST.



Wir begeistern unsere
Kunden



»Die Verbindung von Partnerbanken und easyCredit im Werbespot ist optimal.«

Claudia Arendt, Volksbank Lübeck



Aus über 100 Bewerbern wurden zehn Finalisten zu einem Live-Casting in die easyCredit-Zentrale eingeladen. Die Kandidaten waren aus ganz Deutschland angereist, um die Rolle im TV-Spot zu übernehmen. Doch am Ende konnte nur eine neben dem Fairman vor der Kamera stehen. Die glückliche Gewinnerin: Claudia Arendt von der Volksbank Lübeck.



Die Jurymitglieder, von links: Stefan Spicker (Volksbank Mittelhessen), Helmut Huber (Serviceplan), Katrina Scharinger (Raiffeisenbank Roth-Schwabach), Jörg Bruch (easyCredit), Heinz Müller (BVR), Uwe Greiner (Regisseur), Susanne Sowa (Münchener Bank), Martin Reimann (easyCredit), Gunnar Thiele (Volksbank Chemnitz)



EIN SPANNENDES CASTING Zu Beginn nahmen die zehn Auserwählten an Probedrehen, Interviews und Fotoshootings teil. Mit den Ergebnissen wollten sie die aus Verbundmitarbeitern, Vertretern der Kreativagentur und easyCredit-Mitarbeitern bestehende Jury überzeugen, dass sie der richtige Kandidat für die Rolle des easyCredit-Kundenberaters im Spot sind. Ein Jurymitglied hatte bereits Erfahrungen im Rampenlicht gesammelt: Katrina Scharinger ist nicht nur bekannt aus Germany's next Topmodel, sondern auch Mitarbeiterin der Raiffeisenbank Roth-Schwabach. Einstimmig wählte die Jury Claudia Arendt von der Volksbank Lübeck als Partnerin des Fairman im neuen Spot. Sie überzeugte mit ihrer frischen und authentischen Art.

In der Herbstkampagne stand die junge Kundenberaterin neben dem Fairman vor der Kamera. „Mir hat die Arbeit am Set sehr viel Spaß gemacht“, meinte Arendt. „Es war wirklich spannend, einen Einblick hinter die Welt jenseits der Kulissen zu bekommen und Erfahrungen vor der Kamera zu sammeln.“ Angedacht war eigentlich nur die Präsenz im Spot, aber Arendt überzeugte an der Seite des Fairman so sehr, dass sie gleich eine Sprechrolle bekam. Mittlerweile produzierte das easyCredit-Team schon den zweiten easyCredit-Spot. Ende 2009 stand dafür der Dreh in München an. Während der bearbeitete Spot nicht einmal eine halbe Minute dauerte, steckten dahinter viele Stunden Arbeit. Bereits Wochen vor dem Dreh stand ein Schauspieltraining an. Ein Coach zeigte der Partnerbankenmitarbeiterin, wie man den Text am besten verinnerlicht. In Sprechübungen gab sie ihre Passage in verschiedenen Stimmungen wieder: mal traurig, mal lachend, mal euphorisch. Damit war sie perfekt vorbereitet für die Aufnahmen.

Styling und das Wohlfühlen standen vor dem Dreh im Vordergrund, damit die Schauspielerin chic und entspannt in den Tag starten konnte. Besondere Herausforderung bei der Produktion des Spots war, dass die Beraterin neben einer virtuellen Person – dem Fairman – zu sehen war. Damit sie sich besser vorstellen konnte, dass sie an der Seite des Fairman spielt, versetzte sich ihr Coach in die Rolle der easyCredit-Figur. Für alle Beteiligten hinter der Kamera hatte die Produktionsfirma den Fairman auf dem Monitor sichtbar gemacht. So konnte das Team genau erkennen, ob die Unterhaltung zwischen dem Fairman und der Beraterin natürlich erschien. 30 bis 40 Aufnahmen waren nötig, bis der perfekte Take im Kasten war. „Claudia Arendt arbeitet unglaublich konzentriert“, meint Philipp Stracke, Marketingmitarbeiter von easyCredit. „Das Tolle ist, dass sie sich ständig steigert. Das merkt man auch am Ergebnis.“ ▶

Heinz Müller, Referent Abteilung Markt/Privatkunden, BVR



Jurymitglied Heinz Müller ist nach dem easyCredit-Castingtag überzeugt: „Es gab viele interessante Kandidaten. Aber laut unserer Markenprofilierung ist Frau Arendt eindeutig die Kandidatin, die wir filmen würden.“

ALLES IM KASTEN Nach einem Drehtag waren alle mit dem Spot zufrieden: die Schauspielerin, der Regisseur, die Kreativagentur und das Team von easyCredit. Um die gemeinsame Marketingkampagne von easyCredit und den Volksbanken Raiffeisenbanken perfekt zu machen, folgten die Nachbearbeitung des Films und die Integration der Tonaufnahmen. Für Claudia Arendt stand zudem ein Fotoshooting für Printanzeigen an. Dabei entstanden natürlich auch Erinnerungsbilder für die Volksbank Lübeck, die die Motive auf ihrer Website und in der Hauszeitung platzierte.

„Ich glaube, diese Verbindung von Partnerbanken und easyCredit ist im Werbespot optimal, denn so können wir das Vertrauen der Kunden wahren und stärken und die Kunden für den Verbund begeistern“, meinte Arendt zur gelungenen Zusammenarbeit zwischen den Genossenschaftsbanken und easyCredit. ●

Fair und partnerschaftlich. Das zeichnet die Kooperation mit easyCredit aus.

Auch hinter den Kulissen arbeiten die Genossenschaftsbanken und easyCredit eng zusammen und schreiben so Erfolgsgeschichte. easyCredit übernimmt im genossenschaftlichen FinanzVerbund die Position als Ratenkreditexperte und ergänzt das Produktangebot der Volksbanken Raiffeisenbanken.

EXPERTEN IM RATENKREDITMARKT easyCredit etablierte sich für hoch standardisierte Kreditberatungsprozesse und trennt konsequent Produktentwicklung, Vertrieb sowie die unterstützenden Geschäftsbereiche Produktion und Risiko-steuerung. Auf diese Weise erreicht der Ratenkreditexperte eine vorbildliche Standardisierung und Effizienz. Kern der Zusammenarbeit zwischen easyCredit und den Genossenschaftsbanken ist das Partnerbankenmodell. Mehr als drei Viertel der Volksbanken Raiffeisenbanken bieten easyCredit an und generieren auf diese Weise für ihr Provisionsergebnis nachhaltige Erträge. Das Risiko und die Abwicklung werden unterdessen an die TeamBank ausgelagert. Die Leistungsmerkmale von easyCredit ermöglichen es den Genossenschaftsbanken, neue Kundenpotenziale im Konsumentenkreditgeschäft zu erschließen und Kunden fremder Anbieter zurückzugewinnen.

Die Zusammenarbeit mit den Genossenschaftsbanken zeichnet sich durch faire Partnerschaft aus. Dabei war es 2009 besonders wichtig, das Verbrauchervertrauen zu wahren und den Kunden die Liquidität auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zu sichern. Mit den fairen Produktmerkmalen begeistert easyCredit zusammen mit den Partnerbanken die Kunden: ein Monat Rückgaberecht, Sondertilgungen während der gesamten Laufzeit und eine partnerschaftliche Begleitung, wenn ein Kunde unverschuldet in eine wirtschaftliche Notlage gerät.



Holger Domke, Prokurist, Leiter der Kreditabteilung, Kieler Volksbank

„Fair und partnerschaftlich. Das zeichnet unsere Kooperation mit easyCredit aus. Die zuverlässige und freundliche Betreuung durch die Vertriebsmitarbeiter vor Ort ist ausgezeichnet. Unsere Kundenberater werden stets schnell und kompetent über alle Neuigkeiten rund um easyCredit informiert.“



Michael Rieger, easyCredit-Verantwortlicher, VR-Bank Aalen eG

„Gerade im Jahr 2009 hat sich gezeigt, dass easyCredit die besten Antworten auf die Fragen der Zeit hat. Mit dem Konjunktur-Paket und der Kredit-Offensive bewies easyCredit, dass sie die Situation der Kunden verstehen und proaktiv Lösungen anbieten, die in dieser Form ihresgleichen in der deutschen Bankenlandschaft suchen. Somit passt easyCredit perfekt in das Produktangebot der Genossenschaftsbanken.“



Bundesweit – wie hier am Hauptbahnhof in Hannover – ist easyCredit mit aufmerksamkeitsstarken Aktionen präsent.

Die Genossenschaftsbanken können auf die Unterstützung der easyCredit-Mitarbeiter vor Ort und eine moderne IT-Infrastruktur zurückgreifen. Als Experten im Ratenkreditmarkt gibt das easyCredit-Team nützliches Wissen weiter und unterstützt professionell die Beratung und den Verkauf im Konsumentenkreditgeschäft.

Wie die Werbekampagne mit Claudia Arendt von der Volksbank Lübeck zeigt, profitieren die Partnerbanken von den bundesweiten Marketingaktionen. Wiedererkennungswert bietet insbesondere der Fairman, der in der TV- und Radiowerbung ebenso auf sich aufmerksam macht wie auf Fahrzeugen oder Sporttrikots.

Auch die 60 easyCredit-Shops sind ein guter Blickfang in den Innenstädten und stärken die Marke. Wünschen Kunden über Informationen zum easyCredit hinaus weitere Beratung in finanziellen Angelegenheiten, empfehlen die easyCredit-Mitarbeiter die Genossenschaftsbanken in der Nähe. ●

Manfred Küppers, Bereichsleiter Vertriebsmanagement/Marketing, Aachener Bank eG Volksbank



„Unsere Kunden und Mitarbeiter schätzen die Einfachheit von easyCredit, die in erster Linie der modernen IT-Infrastruktur geschuldet ist. Oft schon am Tag nach der Bestellung können die Kunden über ihren easyCredit auf dem Konto verfügen. Gerade im Kreditgeschäft sind schnelle Entscheidungen ein Trumpf, den wir nur mit easyCredit ausspielen können.“

Dirk Grensemann, Marketing- und Vertriebsleiter Kundenservice, Augusta Bank eG



„Die Marke easyCredit hilft uns hier vor Ort beim Verkauf. Unsere Kunden erkennen, dass Fairness bei easyCredit nicht bloß eine Worthülse, sondern in allen Produktmerkmalen erlebbar ist. Wir schätzen es sehr, dass die TeamBank mit easyCredit eine starke Marke aufgebaut hat, die auf Grund der bundesweiten Marketingkampagnen eine große Bekanntheit erfährt und dabei als verlässlicher und fairer Partner erkannt wird.“

VERTRAUENSVOLL

LINA RÜHL (VORSTAND RAFFEISENBANK ROTH-SCHWABACH EG) KENNT UND VERSTEHT IHRE KUNDEN. EINE VERTRAUENSVOLLE KUNDENBEZIEHUNG ZEICHNET DIE BERATER DER GENOSSENSCHAFTSBANKEN AUS.



Wir verdienen uns
Vertrauen



»Die deutschen Genossenschaftsbanken erwiesen sich als Stabilitätsanker im Bankensystem.«

Prof. Dr. Wolfgang Harbrecht, Inhaber des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre insbesondere internationale Wirtschaftsbeziehungen und Vorstandsvorsitzender des Forschungsinstituts für Genossenschaftswesen an der Universität Erlangen-Nürnberg



In den Rückblicken ist das Jahr 2009 selten mit positiven Meldungen zu finden. Erfolgsmeldungen wurden vielfach überdeckt. Nicht so bei den Genossenschaftsbanken und bei easyCredit: Beide sind gestärkt aus dem Jahr 2009 hervorgegangen.



Der BVR erwies sich 2009 als Stabilitätsanker.

Die Zukunftsaussichten des genossenschaftlichen Bankensektors

Gastbeitrag von Prof. Dr. Wolfgang Harbrecht,

Inhaber des Lehrstuhls für Volkswirtschaftslehre insbesondere internationale Wirtschaftsbeziehungen und

Vorstandsvorsitzender des Forschungsinstituts für Genossenschaftswesen an der Universität Erlangen-Nürnberg

Im Jahr 2009 rutschte die Weltwirtschaft in die schwerste Finanz- und Wirtschaftskrise seit 80 Jahren. Auch Deutschland hatte mit einem Rückgang von rund 5 Prozent des Bruttoinlandsprodukts den schwersten Konjunkturereinbruch seit dem Zweiten Weltkrieg zu verzeichnen. Ausgelöst wurde die Krise durch den Zusammenbruch der Immobilienpreise in den USA und den Zusammenbruch der Lehman-Bank im September 2008. Es folgten viele weitere Schieflagen und Zusammenbrüche von Banken. In Deutschland waren vor allem die privaten Kreditbanken und die Landesbanken des Sparkassensektors betroffen. Demgegenüber erwiesen sich die deutschen Genossenschaftsbanken in dieser Krise als Stabilitätsanker im deutschen Bankensystem. Sie hatten in der Finanzkrise nicht nur die geringsten Verluste zu verzeichnen, sondern erwiesen sich als zuverlässiger und sicherer Partner sowohl für Sparer als auch für den gewerblichen Mittelstand auch in schweren Zeiten. So konnten die Genossenschaftsbanken auch in dieser schweren Zeit ihr Geschäftsvolumen und ihr Kreditgeschäft ausdehnen und einen stabilisierenden Beitrag auf die deutsche Wirtschaft ausüben. Während die aggregierte Bilanzsumme aller Banken in Deutschland im Jahr 2009 um 5,6 Prozent und die der Kreditbanken sogar um 10,7 Prozent zurückging, konnten die Kreditgenossenschaften ihr Geschäftsvolumen um 3,3 Prozent erhöhen. Entsprechend konnten die Genossenschaftsbanken ihr Kreditgeschäft im Krisenjahr 2009 um 4,9 Prozent erhöhen, obwohl das Kreditvolumen aller Banken in diesem Zeitraum um 0,8 Prozent zurückging. Diese Zunahme betraf sowohl die Firmenkredite mit + 4,1 Prozent als auch die an Privatpersonen mit + 2 Prozent. Bei Wohnungsbaukrediten lagen die Kreditgenossenschaften mit einer Steigerung von + 3,3 Prozent ebenfalls an der Spitze aller Bankengruppen. Obwohl in Deutschland insbesondere seit dem 2. Halbjahr 2009 durchaus Anzeichen für eine Kreditklemme feststellbar sind – in diesem Zeitraum schrumpfte das Kreditvolumen aller Banken um 1,3 Prozent –, weiteten die Kreditgenossenschaften auch im 2. Halbjahr 2009 ihr Kreditvolumen um 2 Prozent weiter aus. Daraus ergibt sich, dass die Genossenschaftsbanken nicht zu der seit einiger Zeit in Deutschland feststellbaren Kreditklemme beigetragen haben, sondern im Gegenteil die Kreditzurückhaltung anderer Bankengruppen zum Teil sogar ausgleichen konnten.

Auch in den Augen der Bankkunden gelten die Genossenschaftsbanken als sichere und faire Partner. So haben viele Kunden ihre Spar- und sonstigen Guthaben wieder zurück zu ihren bekannten Hausbanken verlagert. Während die Verbindlichkeiten aller Banken gegenüber Nichtbanken im vergangenen Jahr um 0,8 Prozent leicht sanken, erhöhten sie sich bei den Sparkassen um 2,8 Prozent und bei den Genossenschaftsbanken um 4,6 Prozent. ▶

Die Entwicklungen im Jahr 2009 zeigen, dass der genossenschaftliche Bankensektor mit seinen über 1.150 Kreditgenossenschaften gerade in Zeiten der Krise neben den 431 Sparkassen eine tragende Säule im Drei-Säulen-System des deutschen Bankensektors ist, auf die sich Privat- und Firmenkunden gerade in schweren Zeiten verlassen können. Dementsprechend sind die Marktanteile der Genossenschaftsbanken sowohl im Einlagengeschäft als auch im Kreditgeschäft gestiegen, in erster Linie zu Lasten der privaten Kreditbanken, aber durchaus auch gegenüber ihrem Hauptwettbewerber, den Sparkassen.

Obwohl die Wirtschaftskrise ihren Tiefpunkt wohl durchschritten hat, birgt auch der Aufschwung Risiken. So folgt der Rezession erfahrungsgemäß mit einer gewissen Verzögerung eine Welle von Unternehmensinsolvenzen mit einer Zunahme von Kreditausfällen. Diese dürften auch die Ertragslage der Kreditgenossenschaften in diesem und im kommenden Jahr belasten. Auch ist in diesem Jahr ein Anstieg der Arbeitslosigkeit zu erwarten, wenn dieser bisher auch unerwartet moderat ausfiel, was die Risiken im Privatkundengeschäft erhöht. Auf beide Risiken sind die Genossenschaftsbanken auf Grund ihrer soliden Eigenkapitalausstattung und Ertragslage aber besser vorbereitet als die Wettbewerber. Ein unschätzbare Aktivum der Genossenschaftsbanken sind schließlich ihre über 16 Millionen Mitglieder. Sie konnten in vielen Fällen gerade in der Zeit der Krise erfahren, dass Mitgliederförderung nicht nur in hohen Dividenden auf Geschäftsanteile besteht, sondern dass es viel wichtiger ist, dass ein Bankpartner auch in schwierigen Zeiten – soweit bankwirtschaftlich vertretbar – seinen Mitgliedern und Kunden zur Seite steht. In diesem Sinne hat die Krise den genossenschaftlichen Solidaritätsgedanken und damit auch die Marktposition des genossenschaftlichen Bankensektors zweifellos gestärkt. Wenn die Genossenschaftsbanken auch in Zukunft ihre primäre Tätigkeit auf die Kreditversorgung der regionalen Wirtschaft und die Bereitstellung von transparenten Bankdienstleistungen für ihre Mitglieder und Kunden in der Region konzentrieren, so könnte der neue Trend zur Gewinnung von Marktanteilen, der seit der Finanz- und Wirtschaftskrise erkennbar ist, auch in Zukunft anhalten. ●

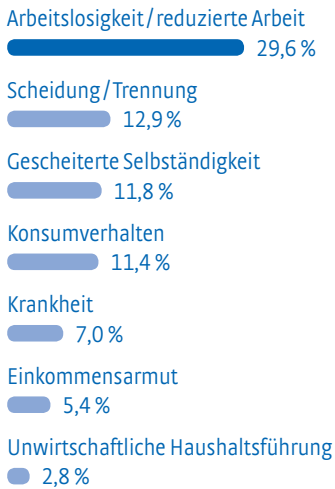
Werteorientierung zahlt sich aus

Im Konsumentenkreditmarkt, der 2009 erstmals ein Volumen von über 140 Mrd. Euro erreichte, wuchs der easyCredit-Bestand von 4,9 auf 5,6 Mrd. Euro und mit rund 14 Prozent nahezu doppelt so stark wie der Markt. Im laufenden Geschäftsjahr könnte das Wachstum des Gesamtmarktes abnehmen. Die positive Entwicklung der Genossenschaftsbanken mit easyCredit zeichnet sich aber weiterhin ab: Die anerkannte Werteorientierung hat sich im Krisenjahr in Form von nachhaltigem Vertrauen ausgezahlt.

2009 war die deutsche Wirtschaft von einer Rezession geprägt. Die Binnennachfrage wurde durch Konjunkturpakete der Regierung gestützt, die Abwrackprämie belebte im 1. Halbjahr den Markt für Kraftfahrzeuge. Viele Verbraucher zogen daraufhin den Kauf eines neuen PKW vor. Auch insgesamt hat der private Konsum leicht zugenommen. Dem Anstieg der Arbeitslosigkeit steuerte die Regierung mit der Möglichkeit von Kurzarbeit positiv entgegen. Vor diesem Hintergrund hat der Ratenkreditmarkt in Deutschland, vor allem getrieben von der Abwrackprämie, einen neuen Höchststand erreicht. Das Vertrauen der Kunden in die Bankenbranche wurde durch die Finanzkrise stark erschüttert: Der Vertrauensindex der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) ist in Deutschland um 12 Prozentpunkte auf 63 Prozent geschrumpft. Laut einer repräsentativen Umfrage der Facit-Marketingforschung glauben 40 Prozent der Deutschen, die Banken benötigten länger als 3 Jahre, um das entstandene Glaubwürdigkeitsdefizit zu beheben. Zudem sieht sich knapp die Hälfte der bundesdeutschen Bankkunden mittelbar oder unmittelbar durch die Finanzkrise betroffen, was ihre Anlagen betrifft. Dennoch wechselten nur 5 Prozent der Befragten die Bank, ein Indiz für die Stärkung der Beziehung zur Hausbank.

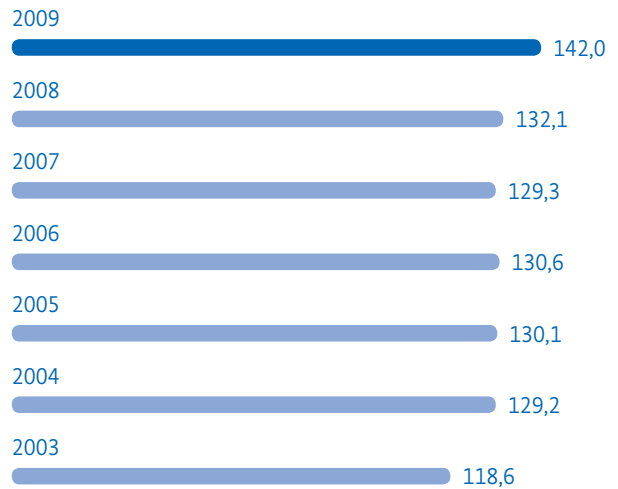
DER VERTRAUENSGEWINNER Um neue Kunden zu gewinnen, sind demnach Transparenz und Vertrauen entscheidend. Gefragt sind verbraucherfreundliche und einfache Finanzprodukte in Verbindung mit qualitativ hochwertiger Beratung. Die Facit-Umfrage bestätigt, dass die Genossenschaftsbanken aus Kundensicht die beste Performance in den Kategorien Kundennähe, Kundenfokus, Dialog, Nutzen und Loyalität aufweisen. Damit geht der genossenschaftliche Finanzverbund aus dem vergangenen Jahr als „Vertrauensgewinner“ hervor. Mit seinen beiden großen Kampagnen „Konjunktur-Paket“ und „Kredit-Offensive“ stellte sich easyCredit im Jahr 2009 erneut ganz in den Dienst der Genossenschaftsbanken: Diese sagten Anfang des Berichtsjahres zu, die Liquidität ihrer Privat- und Firmenkunden jederzeit sicherzustellen, und ließen entsprechende Taten folgen. Die starke Nachfrage ist ein Indiz dafür, dass damit die Kundenbedürfnisse im Bereich der Privatkunden erfüllt wurden.

Gründe für Überschuldung



Quelle: iff-Überschuldungsreport 2009

Ratenkreditmarkt in Deutschland (Volumen in Mrd. Euro)



Quelle: Deutsche Bundesbank

EASYCREDIT SETZT AUF LEISTUNG

Für das laufende Jahr gehen die volkswirtschaftlichen Prognosen davon aus, dass sich die Konjunktur erholt. Meist wird mit einem leichten Wirtschaftswachstum gerechnet. Nachdem das Wachstum des Konsumenten kreditmarkts 2009 insbesondere von der staatlichen Abwrackprämie getragen wurde, kann für das laufende Jahr mit einer Stagnation des Gesamtmarktes gerechnet werden. Dies impliziert einen Wettbewerb um Marktanteile unter den im Markt verbliebenen Wettbewerbern. Die genossenschaftlichen Partnerbanken bleiben mit easyCredit Qualitätsführer. easyCredit setzt auf Leistung, die getragen ist durch die exzellente Beratung der Genossenschaftsbanken.

Für 2010 wird außerdem eine steigende Arbeitslosenquote prognostiziert. Die Geschäftspolitik der TeamBank reagiert darauf mit entsprechenden Gegensteuerungsmaßnahmen. Die Risikoversorge wird angepasst. Wie in der Vergangenheit wird die TeamBank hier mit Erfahrung, kaufmännischer Vernunft und Augenmaß handeln. Der partnerschaftliche Umgang mit Kunden in Zahlungsschwierigkeiten hat bereits im Berichtsjahr Erfolg gezeigt. Die Verteilung der Kunden auf die Bonitätsklassen konnte insgesamt um 17 Prozent verbessert werden. Bei einer möglicherweise steigenden Überschuldungsgefahr erweist sich die verantwortungsvolle Kreditberatung von easyCredit als stabilisierendes Element. Nachdem mit der sachgerechten Planung der Risikoversorge die unternehmerischen Hausaufgaben gemacht worden sind, zeigt sich die Fairness von easyCredit im Falle von Zahlungsschwierigkeiten des Kunden als weiteres Alleinstellungsmerkmal.

In den beschriebenen Situationen benötigt der Kunde einen Finanzpartner, der ihm fair und partnerschaftlich zur Seite steht. Kunden, die in Zahlungsschwierigkeiten geraten, wird von easyCredit aktiv ein Beratungsgespräch bei einem neutralen Schuldnerberater angeboten. Außerdem wurden im Berichtsjahr die Möglichkeiten der Laufzeitverlängerung, der Stundung oder Überbrückung weiter flexibilisiert.

Verantwortung übernimmt easyCredit aber nicht nur gegenüber seinen Kunden. Als großer, erfolgreicher Arbeitgeber in der Metropolregion Nürnberg hat die TeamBank den Mitarbeitern der insolventen Quelle GmbH Hilfe angeboten. So wurden zusätzliche Stellen zur Verfügung gestellt und eine Internet-Bewerbungsplattform eingerichtet. Auf Wunsch wird ein Bewerbertraining angeboten, das die Chancen auf dem Arbeitsmarkt verbessert. Auch auf individueller Ebene zeigten die Verantwortlichen der TeamBank Flagge: Durch die Corporate-Governance-Grundsätze verpflichteten sich die Vorstände, Einkünfte aus Aufsichtsrats-tätigkeiten einem gemeinnützigen Zweck zu spenden. ●

EINFACH

DER WUNSCH IST KLAR: EINE KÜCHE, EIN AUTO ODER NEUE MÖBEL. DER WEG DAHIN KANN ÜBER EINEN KONSUMENTENKREDIT FÜHREN UND MUSS EBENSO KLAR UND EINFACH SEIN – UND DABEI STETS FAIR UND TRANSPARENT.



Wir machen es
einfach



»In der Kreditentscheidung ist die Erfahrung aus tausenden einzelnen Fällen gebündelt.«

Christoph Holtschmit, easyCredit



2009 wurde im öffentlichen Diskurs vielfach eine Situation befürchtet, in der die Privathaushalte ihre eigene Haushaltsführung nicht mehr finanzieren könnten. Diesen Befürchtungen traten easyCredit und die Genossenschaftsbanken mit den Kampagnen „Konjunktur-Paket“ und „Kredit-Offensive“ wirksam entgegen. Auch in unruhigen Zeiten konnten sich Privatkunden auf die Liquiditätsversorgung durch die Genossenschaftsbanken verlassen. Und das einfach, fair und transparent.



easyCredit sichert die Liquiditätsversorgung für Privatkunden.

EINE FUNDIERTE KREDITENTSCHEIDUNG Gerade in unruhigen Zeiten möchten Kunden von ihrer Hausbank zuverlässig bei der Finanzierung der privaten Ausgaben unterstützt werden. Vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlichen Situation legte easyCredit mit den Genossenschaftsbanken das Konjunktur-Paket auf und setzte damit ein deutliches Signal: Die Kunden der Genossenschaftsbanken können sich auf die Liquiditätsversorgung durch ihre Hausbank verlassen. Nach einer gründlichen Analyse mit Haushaltsrechnung und anschließender Kreditentscheidung erhält der Kunde den optimalen Betrag zur freien Verfügung.

„In der Kreditentscheidung ist die Erfahrung aus tausenden einzelnen Fällen gebündelt“, erklärt Christoph Holtschmit, easyCredit. Damit kann dem Kunden ein Betrag zwischen 1.000 und 75.000 Euro mit einer Laufzeit zwischen 12 und 84 Monaten angeboten werden, den er sich leisten kann. Denn es liegt im beiderseitigen Interesse, dass der Kunde den Kredit möglichst reibungslos zurückzahlen kann. Zur Transparenz und Fairness gehört es auch, Kunden in bestimmten Situationen zu empfehlen, keinen Kredit in Anspruch zu nehmen, wenn es ihre aktuelle finanzielle Situation nicht zulässt.

Auch bei einer Änderung der finanziellen Lage während der Laufzeit begleitet easyCredit den Kunden. Das zeigt sich zum einen an den flexiblen Möglichkeiten der Sondertilgung und dem extralangen Widerrufsrecht von einem Monat im Rahmen des einzigartigen Fairness-Pakets. Zum anderen zählt dazu auch das faire und partnerschaftliche Miteinander im Falle von Zahlungsschwierigkeiten. So wurden im Berichtsjahr die Möglichkeiten, Raten auszusetzen oder den Ratenplan zu verlängern, weiter den Kundenbedürfnissen angepasst. ▶

Für Privatkunden, die ihr Einkommen aus selbständiger Arbeit beziehen, bietet easyCredit auch die einfache und faire Produktlösung an. Für Immobilienbesitzer gibt es den easyCredit mit Langzeitvorteil und Beträgen zwischen 10.000 und 75.000 Euro bei längeren Laufzeiten von bis zu 120 Monaten.

Eine neue Form des Liquiditätsmanagements pilotierte die TeamBank in den easyCredit-Shops: Die easyCredit-Card ist eine Kreditkarte mit Ratenkreditfunktion. Außer den Funktionen einer klassischen Kreditkarte wie bezahlen und Geld abheben im In- und Ausland hat sie folgende Funktion: Die Kunden können über einen Konsumentenkredit, den easyCredit-Card Kredit verfügen. Dieser kann als so genannte Finanzreserve bis zu einer Höhe von 15.000 Euro für jeden beliebigen Zweck eingesetzt werden. Dabei verringert sich die Finanzreserve, anders als bei einer Revolving-Credit-Card, um den ausgegebenen Betrag. Der Kunde ist vor Überschuldung geschützt. Die easyCredit-Card wird als Abrechnungsvariante „easyCredit-Card Funktion“ seit Ende des Berichtsjahres gemeinsam mit den Zentralbanken auch bei ausgewählten Partnerbanken aus dem genossenschaftlichen Finanzverbund pilotiert. Dieses neue, auf dem Markt einzigartige Produkt schließt im Produktportfolio die Lücke zwischen dem Konsumentenkredit und der Kreditkarte und zeigt, dass den Kunden mit einfachen Mitteln eine Produktlösung mit echtem Mehrwert geboten werden kann.

easyCredit setzt auf weitere Produktoptimierung. Die Mitarbeiter im Produktmanagement nehmen kontinuierlich die Produkteigenschaften unter die Lupe. Neue Ideen werden dabei regelmäßig mit Verbraucherschützern diskutiert. Ihre Meinung fließt in die Produktgestaltung ein.



Die Mitarbeiter im Kunden-Service-Center nahmen im Berichtsjahr 760.00 Anrufe entgegen.



Die easyCredit-Card: eine neue Form des Liquiditätsmanagements.

EFFIZIENTE PRODUKTION In der Produktion werden durch eine hohe Zahl von Krediten Skaleneffekte realisiert. So wurden Ende 2009 im Bestandsmanagement rund 24.000 Kundenkonten durch einen Mitarbeiter betreut. Im Vorjahr waren es noch 19.500 Konten. Bei den Mitarbeitern im Kunden-Service-Center gingen rund 760.000 Anrufe ein, im Servicecenter für die Partnerbanken waren es rund 310.000 Anrufe. Dabei bleibt die Qualität der Dienstleistung erhalten: So wurde die Qualität der Dienstleistungen in der Produktion vom TÜV SÜD nach DIN EN ISO 9001:2008 zertifiziert. Infolgedessen werden seit April vergangenen Jahres so genannte Service-Level-Agreements (SLA) systematisch erhoben und geprüft. SLAs messen die Qualität der Dienstleistungen in der Produktion anhand von Parametern wie Schnelligkeit der Beantwortung und Kundenzufriedenheit. Sie wurden in den Backoffice-Abteilungen stets voll erfüllt, teilweise sogar maßgeblich übertroffen.

BERATUNG VIA ONLINE-CHAT In der Endkundenkommunikation hat easyCredit einen Online-Chat im Internet geschaffen und damit für den Kunden die Bedienung der Internet-Bestellstrecke weiter vereinfacht. Viele Kunden schätzen die Lösung per Chat, da bei Fragen während des Bestellprozesses ganz bequem ein Onlineberater hinzugezogen werden kann. Zusätzlich wird ein Rückrufservice per Telefon angeboten. Die Pilotphase zum Online-Chat hat gezeigt, dass Kunden vor allem abends per Chat beraten werden wollen. Deshalb gibt es den Chat bis 22 Uhr.

Einfachheit ist das Prinzip, von dem alle Seiten profitieren: die Kunden von einer Finanzierungslösung mit transparenten und leicht verständlichen Eigenschaften, die Genossenschaftsbanken von einem Provisionsprodukt mit den entsprechenden Produktions- und Supportprozessen und die TeamBank als Ein-Produkt-Anbieter, der sein über Jahrzehnte gewachsenes Expertenwissen auf easyCredit konzentriert und damit ökonomisch erfolgreich arbeiten kann. ●



easyCredit gibt es nicht nur bei den Genossenschaftsbanken, sondern auch in 60 easyCredit-Shops.

AUSGEZEICHNET

DER KUNDE STEHT BEI EASYCREDIT IM MITTEL-
PUNKT ALLER AKTIVITÄTEN. MIT DER ERFOLG-
REICHEN FORTFÜHRUNG DER QUALITÄTSOFFENSIVE
WIRD DIE KUNDENZUFRIEDENHEIT SICHERGE-
STELLT. BERATUNGSQUALITÄT UND PRODUKTION
SIND BEI EASYCREDIT AUSGEZEICHNET.



Wir sind die
Besten

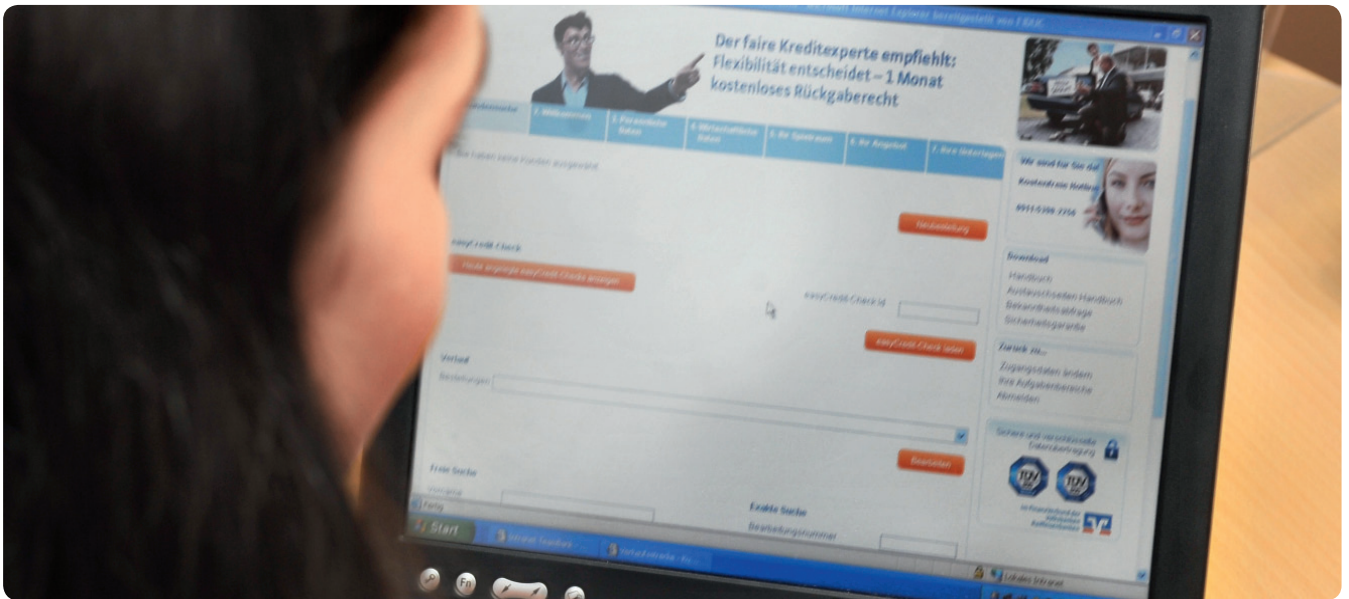


»Die Anforderung der ISO-Norm wurde in allen Punkten voll erfüllt – und das nur 7 Monate nach Projektstart.«

Jürgen Stuermer, TÜV SÜD-Kundenbetreuer der TeamBank



easyCredit nimmt das faire und verantwortungsvolle Kreditgeschäft ernst. Partner und Kunden können sich darauf verlassen, mit easyCredit ein Produkt mit höchstmöglicher Qualität zu erhalten. Um diesen Anspruch nachhaltig zu erfüllen und Qualität objektiv nachprüfbar zu machen, hat easyCredit 2009 ein zentrales Qualitätsmanagement eingeführt. Als eine der ersten Banken überhaupt erhielt der Ratenkreditexperte für sein Qualitätsmanagement in der Produktion das Siegel des TÜV SÜD nach DIN EN ISO 9001:2008.



Die easyCredit-Bestellstrecke ist optimal auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten.

Im Gespräch mit Jürgen Stuermer

TÜV SÜD-Kundenbetreuer der TeamBank

Der Bereich „Produktion und Services“ – das Backoffice easyCredit für Neu- und Bestandskunden – der TeamBank AG wurde 2009 erfolgreich nach DIN EN ISO 9001:2008 zertifiziert. Was bedeutet das für das Unternehmen und seine Kunden?

Jürgen Stuermer: Durch die Einführung eines Qualitätsmanagement-Systems optimieren Unternehmen nicht nur ihre Prozesse und Schnittstellen, sondern stärken nachweislich ihre Konkurrenzfähigkeit. Vereinfacht dargestellt geht es bei einer Zertifizierung eines Qualitätsmanagement-Systems nach ISO 9001 darum, die Kunden bzw. Volksbanken Raiffeisenbanken langfristig durch geeignete Maßnahmen und ein hohes Qualitätsniveau zufrieden zu stellen.

Daher beginnt die Zertifizierung und Einführung eines Qualitätsmanagementsystems zunächst mit der Abfrage und Bewertung der Kundenbedürfnisse. Daraus werden Qualitätsziele und Leitlinien für eine langfristige Qualitätspolitik abgeleitet und anschließend in Form eines Serviceversprechens und konkreter Qualitätsziele veröffentlicht. Des Weiteren fordert die Norm effiziente Prozesse, laufende Schulungen und die Weiterbildung von Mitarbeitern, ein funktionierendes Lieferantenmanagement, Maßnahmen zur ständigen Verbesserung, zum Beispiel ein Ideenmanagement oder interne Qualitätszirkel, ein funktionierendes Beschwerdemanagement sowie Kennzahlen für die Steuerung und Bewertung durch das Management.

Eine Zertifizierung nach ISO 9001 ist immer auch ein Zeichen von Transparenz und Offenheit, da bei dieser Zertifizierung die Wirksamkeit eines Qualitätsmanagement-Systems durch unabhängige Experten gemessen wird. ▶



Was war in Ihren Augen bei der Zertifizierung des Backoffice von easyCredit besonders herausragend?

Jürgen Stuermer: Zunächst einmal möchte ich herausstellen, dass die TeamBank AG eine von wenigen Banken ist, die eine Zertifizierung nach ISO 9001 überhaupt erreicht haben.

Des Weiteren sind uns als Außenstehenden zwei wesentliche Aspekte aufgefallen. Zum einen gab es im Rahmen des Audits keinerlei „Abweichungen“ oder „Feststellungen“. Anders ausgedrückt, die Anforderungen der ISO-Norm wurden in allen Punkten voll erfüllt – und das nur 7 Monate nach Projektstart. Ein Resultat, das gerade bei Erstzertifizierungen eines Qualitätsmanagement-Systems selten erreicht wird und in meinen Augen zeigt, wie überzeugt Führungskräfte und Mitarbeiter bei der TeamBank AG vom Qualitätsgedanken sind.

Zum anderen, und das war mindestens ebenso herausragend, heißt die TeamBank nicht nur TeamBank, sondern ich habe den Teamgeist deutlich gespürt. Es herrschte eine sehr positive Atmosphäre, geprägt durch Hilfsbereitschaft, Offenheit, Vertrauen und Kollegialität. Alle ziehen an einem Strang und sind sehr interessiert daran, das hohe Qualitätsniveau der TeamBank AG stetig weiter zu steigern.

Wie sehen die nächsten Schritte bei der TeamBank aus?

Jürgen Stuermer: Die Aufgabe des TÜV SÜD ist es, das bisher erreichte Qualitätsniveau im Rahmen von jährlichen Audits vor Ort zu überwachen. Zusätzlich wird der TÜV SÜD regelmäßig prüfen, ob eine ständige Verbesserung gegeben ist und wie das Qualitätsmanagementsystem weiterentwickelt wurde, um auch langfristig ein hohes Qualitätsniveau sowie eine hohe Kundenzufriedenheit sicherzustellen. Einen Stillstand erwarte ich jedoch nicht, denn schon jetzt weiß ich, dass die TeamBank AG auch in weiteren Bereichen ein Qualitätsmanagement einführen möchte und weitere Zertifizierungen in Planung sind. ●

Ausgezeichnete easyCredit-Beratung – eine Kundin berichtet:

„(...) Dass ich mich zuletzt für Ihr Haus entschieden habe, lag nicht so sehr an den Rahmenbedingungen wie Zinssatz und Laufzeit, denn da lagen alle Angebote relativ eng zusammen.

Aber das, was Frau Seifert in einem ersten Termin und Frau Schilling im zweiten Termin an Service, Beratungsfreudigkeit und Kompetenz geboten haben, habe ich bei keiner anderen Bank in dieser Form erlebt.

Ich fühlte mich als Kunde sehr willkommen. Mein Anliegen wurde ernst genommen und professionell hinterfragt. Das Angebot war übersichtlich und wurde mir genauestens erklärt. Alle Rückfragen wurden kompetent und auch für den Laien verständlich beantwortet.

Kurz: Ich war restlos begeistert. (...) Da ich mich selten bei einem Dienstleistungsunternehmen so gut aufgehoben gefühlt habe, wollte ich Ihnen meine Zufriedenheit auch schriftlich mitteilen.“

easyCredit steht für Fairness und Verantwortung

Bei easyCredit ist Kundenzufriedenheit in jeder Hinsicht oberstes Gebot. Dies spiegelt sich sowohl in der Produktgestaltung als auch im partnerschaftlichen Verhältnis zwischen Kunden und Bank wider. Mit easyCredit wird dem Kunden ein Produkt angeboten, das im Gesamtpaket nicht nur fair, sondern darüber hinaus einfach und transparent ist. Besonderes Augenmerk legen easyCredit und die Genossenschaftsbanken darauf, dass der Kunde von Anfang an fair und vertrauensvoll begleitet wird und er sich auf ein partnerschaftliches Miteinander verlassen kann. Das beginnt mit dem ersten Beratungsgespräch und gilt auch, wenn der Kunde einmal unverschuldet in eine wirtschaftliche Schieflage geraten sollte. Damit steht easyCredit für die entscheidenden Werte Vertrauen, Transparenz und Kompetenz.

Objektiv bestätigt wurde die Fairness von easyCredit durch das im April 2009 erteilte TÜV-Siegel für die faire easyCredit-Beratung. easyCredit wurde als erster Privatkredit in Deutschland für Fairness in den Bereichen Beratung, Kreditentscheidung und Service vom TÜV SÜD zertifiziert. Die Prüfung umfasste auch die verbraucherfreundliche Produktausstattung mit dem Fairness-Paket. Mit dieser Auszeichnung baut easyCredit seine Strategie als fairster Konsumentenkreditspezialist weiter aus. ●

Verbraucherschutz stets im Blick

Fairness und Verantwortung gegenüber den Kunden bedeuten bei easyCredit zudem, dass sämtliche gesetzlichen Vorschriften erfüllt oder sogar übererfüllt werden. So ist easyCredit auch im Hinblick auf die neue EU-Verbraucherkreditrichtlinie bereits einen Schritt voraus. Für das neue Verbraucherschutzgesetz, das im Juni in Deutschland und in Österreich in Kraft tritt, sind alle Vorbereitungen getroffen oder bereits umgesetzt. So können Verbraucher sowie die Partnerbanken im genossenschaftlichen FinanzVerbund wie gewohnt auf die einzigartigen Leistungsmerkmale von easyCredit vertrauen.

Die neue EU-Verbraucherkreditrichtlinie dient der Harmonisierung des europäischen Verbrauchercreditmarktes. Verbraucher sollen in der Lage sein, theoretisch europaweit Angebote und Kredite unterschiedlicher Anbieter vergleichen zu können. Die Änderungen in der Richtlinie betreffen hauptsächlich die vorvertraglichen und vertraglichen Informationen und die vorzeitige Rückzahlung des Darlehens sowie die Werbung. ●



Jürgen Stuermer (rechts) vom TÜV SÜD, Team Zertifizierung Finanzdienstleistungen, überreichte Theophil Graband symbolisch das TÜV-Siegel.

GEMEINSAM

EASYCREDIT IST ARBEITGEBER DES JAHRES 2010. EIN GRUND DAFÜR IST DIE FAMILIENFREUNDLICHE PERSONALPOLITIK, DIE DIE VEREINBARKEIT VON FAMILIE UND BERUF FÜR DIE MITARBEITER IN DEN FOKUS STELLT. BEIM EASYCREDIT-KIDS-AT-WORK-DAY KÖNNEN DIE KINDER IHRE ELTERN ZUM BEISPIEL DEN GANZEN TAG BEI IHRER ARBEIT BEGLEITEN.

Wir sind ein
Team



»Unsere Führungskräfte und natürlich auch unsere Mitarbeiter sind mit Kopf, Herz, Mut und Kraft bei der Sache.«

Philipp Blomeyer, easyCredit



„Wir sind ein Team“ ist einer der Werte, die fest in der Unternehmenskultur der TeamBank verankert sind. Gelebt wird dieser Wert im täglichen Miteinander gegenüber Kunden, Geschäftspartnern und unter Kollegen. Er gilt aber genauso für das Verhältnis zwischen easyCredit als Arbeitgeber und jedem einzelnen Mitarbeiter. Die wertebalancierte Führungs- und Unternehmenskultur ist darauf ausgerichtet, dass eine ausgeglichene Work-Life-Balance und individuelle Entwicklungschancen für jeden gegeben sind. Für die vorbildlichen Leistungen in der Personalarbeit wurde easyCredit bereits mehrfach ausgezeichnet und unterstreicht damit seine Position als attraktiver Arbeitgeber.



easyCredit präsentiert sich auf der Hochschulmesse als attraktiver Arbeitgeber.

Mitarbeiterentwicklung bei easyCredit

Im Gespräch mit Philipp Blomeyer, easyCredit

Ein Unternehmen ist immer nur so gut wie seine Mitarbeiter. Was bedeutet das für die Personalarbeit bei easyCredit?

Philipp Blomeyer: easyCredit ist auf Erfolgskurs. Und den werden wir auch halten. Die Mitarbeiter sind für easyCredit der Erfolgsfaktor. Daher stellen wir über verschiedene Hebel sicher, dass sich unsere Mitarbeiter kontinuierlich weiterentwickeln und immer einen Schritt voraus sind. Etabliert haben sich bei easyCredit ein dialogorientierter Performance-Management-Prozess und Karrierewege, die ganzheitliches und kreatives Denken fördern.

Was sind aus Ihrer Sicht die Erfolgsfaktoren im Performance-Management?

Philipp Blomeyer: Ein wesentliches Erfolgsrezept ist, die richtigen Mitarbeiter mit konkreten Zielvereinbarungen an der richtigen Stelle im Unternehmen zu platzieren, und zwar so, dass sie motiviert und gemeinsam an der Erreichung der Unternehmensziele arbeiten und dabei die bestmögliche Leistung erbringen können. Entscheidend ist, dass die Führungskräfte die Personalentwicklung als ureigene Aufgabe erkennen und ihr Personalportfolio mit Unterstützung des Bereichs Personal so entwickeln, dass die Ziele der Bank nachhaltig erreicht werden. Daher gibt es bei uns neben regelmäßigen Mitarbeitergesprächen jährliche Personalportfoliorunden, in die sich jede Führungskraft des Hauses einbringt. Vor dem Hintergrund der Zukunftsplanung der Bank werden die Mitarbeiterpotenziale sowie die Qualifizierungsbedarfe besprochen und die Nachfolgeplanung entwickelt.

Was bedeutet das für die Führungskräfte?

Philipp Blomeyer: Basierend auf unseren Unternehmenswerten haben wir ein Bild für unsere Führungs- und Arbeitskultur: Unsere Führungskräfte und natürlich auch unsere Mitarbeiter sind mit Kopf, Herz, Mut und Kraft bei der Sache. Das bedeutet, dass die Führungskräfte die Stärken und Steigerungsmöglichkeiten ihrer Mitarbeiter erkennen und die Möglichkeiten für die Mitarbeiter in der Bank einschätzen können, dass sie einen guten, unterstützenden Kontakt zu ihren Mitarbeitern haben und diese in ihrer Entwicklung fördern. Und dass sie den Mut haben, ihre besten Mitarbeiter so zu fördern, dass sie in anderen Bereichen im Sinne des unternehmensübergreifenden ganzheitlichen Führungsverständnisses für sich und die Bank noch mehr erreichen können. ▶

Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeiter bei easyCredit, sich zu entwickeln?

Philipp Blomeyer: Wir zeigen unseren Mitarbeitern verschiedene Möglichkeiten auf, denn uns liegt sehr daran, dass wir vor allem unseren Potenzialträgern attraktive Entwicklungschancen im eigenen Unternehmen anbieten können. Was wir von den Mitarbeitern erwarten, ist die unbedingte Offenheit für Neues und die Bereitschaft, sich neugierig und mutig neuen Herausforderungen zu stellen. So ist der erste Schritt bei der Entwicklung unserer Potenzialträger der Schritt in neue Fachthemen. Dazu gehört eine konsequente Job-Rotation, um den Blick für das Ganze zu stärken und zu beweisen, dass er oder sie auch außerhalb des eigenen Fachthemas erfolgreich ist. Das erfordert neben einer guten sozialen und Methodenkompetenz vor allem Mut und Flexibilität.

Neben der Entwicklung in der Führungslaufbahn können sich Mitarbeiter in der Fachverantwortung entwickeln. Die Fachverantwortlichen stehen quasi als Leuchtturm für ihr jeweiliges Thema im Unternehmen und haben die Verantwortung, ihr Fachgebiet im Sinne der Bank nach vorn zu entwickeln. So werden strategisch besonders erfolgsrelevante Funktionen in ihrer Bedeutung gestärkt.

Wie unterstützen Sie Ihre Mitarbeiter dabei?

Philipp Blomeyer: Wer sich beweisen will, bekommt bei uns die Chance und den notwendigen Vertrauensvorschuss. Für jeden Potenzialträger erfolgt eine individuelle Entwicklungsplanung, gemeinsam mit dem Top-Management und der Personalabteilung. Vorbereitet auf ihre neue Verantwortung werden unsere Potenzialträger und neuen Führungskräfte mit intensiven Schulungsprogrammen. Vermittelt wird ihnen dort vor allem, was die Übernahme von Verantwortung im Rahmen unserer Werte bedeutet. Und wir helfen ihnen, die erforderlichen Fähigkeiten auszubauen. Dieser Teil der strategischen Personalarbeit ist eine Investition in die Leistungsfähigkeit des Gesamtunternehmens und ein Baustein, mit dem wir gemeinsam unsere Zukunft als Wachstumsmarktführer sichern. ●

Arbeitgeber des Jahres 2010

GLAUBWÜRDIGER ARBEITGEBER DURCH AUSGEPRÄGTES WERTESYSTEM Entwicklungsangebote und Karriere-chancen machen bei easyCredit nur einen Teilaspekt einer ausgezeichneten und fairen Personalarbeit aus. Was zählt, ist der Mensch. Jeder Mitarbeiter soll sich bei easyCredit wohlfühlen und sich mit seinem Unternehmen identifizieren. Dafür sorgen bei easyCredit eine offene Kommunikationskultur sowie Angebote für eine ausgeglichene Work-Life-Balance. So begegnet man bei easyCredit ausgeglichenen und zufriedenen Mitarbeitern, die mit einem hohen Commitment motiviert zum langfristigen Erfolg und damit zur nachhaltigen Zukunftssicherung des Unternehmens beitragen. Zufriedenheit, Motivation sowie Identifikation werden regelmäßig mit Hilfe von Mitarbeiterbefragungen ermittelt und analysiert. Bestätigung findet die vorbildliche Personalarbeit bei easyCredit auch in den zahlreichen Arbeitgeberwettbewerben. Bisheriger Höhepunkt war im Januar 2010 die Auszeichnung mit dem Gütesiegel „Arbeitgeber des Jahres 2010“ im Rahmen von TOP JOB. Damit steht easyCredit an der Spitze der 100 besten Arbeitgeber im deutschen Mittelstand.

Besonders hervorgehoben wurde von der Jury, dass easyCredit seine Position als glaubwürdiger Arbeitgeber durch ein ausgeprägtes Wertesystem stärkt und auf originelle, systematische und konsequente Weise Strategien und Ziele mit der täglichen Arbeit eines jeden Mitarbeiters verbindet. Ein wesentlicher Aspekt ist dabei eine transparente Kommunikation der Gesamt-



easyCredit wurde als familienfreundliches Unternehmen ausgezeichnet.



Bundeswirtschaftsminister a. D. Wolfgang Clement überreichte Theophil Graband die begehrte Auszeichnung „Arbeitgeber des Jahres 2010“ des TOP-JOB-Unternehmensvergleichs.

strategie. Hier geht easyCredit neue Wege und macht die Unternehmensvision mit dem Bild einer Stadt lebendig: EasyTown. EasyTown ist in allen Büros als Bildschirmhintergrund und Poster präsent. Greifbar für alle Mitarbeiter wird EasyTown durch ein Modell in der Nürnberger Zentrale. Dort wird die Stadt symbolisch gebaut. Jedes Element steht für einzelne Zukunftsbausteine von easyCredit, bei denen die Mitarbeiter aktiv mitwirken. Den Fortschritt können alle verfolgen – für jeden erreichten Meilenstein wird ein weiterer Baustein in das Modell eingefügt.

FAMILIENFREUNDLICHES UNTERNEHMEN Im Juni 2009 wurde easyCredit von der berufundfamilie gGmbH als familienfreundliches Unternehmen zertifiziert. Damit vernetzt easyCredit die Vereinbarkeit von Beruf und Familie noch stärker mit den Unternehmenswerten und positioniert sich zusätzlich als attraktiver Arbeitgeber für Beschäftigte mit aktiven Familienpflichten. Durch Maßnahmen wie flexible Arbeitszeit- und Arbeitsortgestaltung, Unterstützung bei der Betreuung von Kindern und pflegebedürftigen Angehörigen sowie der Erleichterung des Wiedereinstiegs sollen jedoch nicht nur Eltern mit Kindern entlastet werden. Der Familienbegriff wird bei easyCredit weiter gefasst und bezieht sich auf alle Formen des auf Dauer angelegten privaten Zusammenlebens. Dazu gehören neben der Kernfamilie auch allein erziehende Mütter und Väter, nichteheliche und gleichgeschlechtliche Lebensgemeinschaften, Patchwork- und Pflegefamilien.

Eine ausgeglichene Work-Life-Balance wird bei easyCredit durch Angebote wie gemeinsame Sportevents und sonstige Aktivitäten des GesundheitsPortals unterstützt. Diese fördern nicht nur den Teamgeist, sie wecken auch das Bewusstsein für persönliche Fitness und die Lust an der Bewegung. Aktivitäten unter Kollegen abseits vom Arbeitsalltag lassen zudem neue Ideen und Freundschaften entstehen – und stärken die berufliche Leistungsfähigkeit. ●



FAIR

HOCH HINAUS UND DIE FAIRNESS IM BLICK – DAS STAND 2009 BEI DEN AKTIVITÄTEN DER TEAMBANK IN ÖSTERREICH IM FOKUS. AUCH KÜNFTIG SETZT DER RATENKREDITEXPERTE IM AUSLAND AUF WACHSTUM.



Wir sind
fair



»Anders als der Wettbewerb bietet uns **e@sy Credit**[®] fixe Zinssätze über die gesamte Laufzeit.«

Dr. Hannes Schmid, Vorstandssprecher der Raiffeisen-Landesbank Tirol AG



e@sy Credit[®] ist nun in allen Bundesländern in Österreich vertreten. Experten der TeamBank AG unterstützen die Mitarbeiter der Volksbanken und Raiffeisenbanken vor Ort. Österreichische Kunden sind besonders begeistert vom festen Zinssatz. Dr. Hannes Schmid, Vorstandssprecher der Raiffeisen-Landesbank Tirol AG, berichtet in einem Interview von der Entwicklung des e@sy Credit[®].



Die Raiffeisenbanken sind Partner des Ratenkreditexperten.



Interview mit Dr. Hannes Schmid

Vorstandssprecher der Raiffeisen-Landesbank Tirol AG

Herr Dr. Schmid, ein paar Worte zur Raiffeisen-Landesbank Tirol AG bitte!

Dr. Schmid: Die Raiffeisen-Landesbank Tirol AG repräsentiert die stärkste Bankengruppe Tirols. Sie hat als Vertriebskanal 17 Bankstellen und unterstützt 81 selbständige Tiroler Raiffeisenbanken mit insgesamt 272 Geschäftsstellen. Die Raiffeisen-Landesbank Tirol AG ist ein leistungs- und kundenorientiertes Finanzinstitut und agiert vor dem Hintergrund einer über 100 Jahre lang kontinuierlich gewachsenen Tradition. Im Mittelpunkt des geschäftlichen Denkens und Handelns stehen dabei die Tiroler Bevölkerung und Wirtschaft.

Im September 2008 haben Sie sich für ^{eCredit} entschieden. Was waren die Gründe dafür?

Dr. Schmid: Die Argumente liegen auf der Hand: Das Dienstleistungsangebot passt zu den Wünschen der Kunden und bietet uns eine schnelle und effiziente Kreditabwicklung. Unsere Berater können die gewonnene Zeit nutzen, um sich ganz auf die Bedürfnisse unserer Kunden zu konzentrieren. Zudem können wir damit Fremdverbindlichkeiten in den Raiffeisenbanken-Sektor zurückholen. Mit der TeamBank als Partner haben wir die Möglichkeit, die Kreditentscheidung und das Risiko einem erfahrenen Ratenkreditexperten anzuvertrauen.

Wie sehen Sie in Österreich den Ratenkreditmarkt allgemein?

Dr. Schmid: Der Ratenkreditmarkt wurde in den letzten Jahren von den traditionellen Banken vernachlässigt. Konkret heißt das, dass die Filialbanken in den letzten Jahren an die Spezialbanken und Point-of-Sale-Anbieter laufend Geschäftsanteile im Ratenkreditsektor verloren haben. Mit ^{eCredit} und der Unterstützung der Mitarbeiter der TeamBank haben wir nun die Chance, die Marktanteile wieder zurückzugewinnen. ▶

Was macht ^{easy}Credit so attraktiv für die österreichischen Banken und Kunden?

Dr. Schmid: Abweichend vom Wettbewerb bietet uns der Kredit der TeamBank neben effizienter Kreditabwicklung und Risikoübernahme fixe Zinssätze über die gesamte Laufzeit. Das ist in Österreich ein unglaublicher Wettbewerbsvorteil. Den Kunden verschafft es zudem Transparenz und mehr Planungssicherheit. Interessant sind insbesondere die fairen Produkteigenschaften wie das Rückgaberecht von einem Monat. Dank der systemgestützten Entscheidung können wir unseren Kunden sofort eine Kreditzusage mitteilen. Dieser kurze Bestellprozess kommt uns allen zugute.

Das heißt, Sie profitieren landesweit von den Marketingmaßnahmen?

Dr. Schmid: Und wie! Alle Partnerbanken profitieren von den Plakaten, Mailings, Preetexten oder Postwurfsendungen. Dieser einheitliche Auftritt und die starke Präsenz sind für uns Banken besonders attraktiv. Außer mit den zwei Kampagnen im Frühjahr und im Herbst können wir mit besonderen Events herausragende Momente ermöglichen. Zum Beispiel haben wir im letzten Jahr zusammen mit ^{easy}Credit ein Gewinnspiel veranstaltet und drei Rock-Fans glücklich gemacht, die das Lenny-Kravitz-Konzert in Innsbruck miterleben konnten. Zudem hatten mehr als 20 Mitarbeiter die Möglichkeit, ein Fußballspiel im easyCredit-Stadion mit Stadtführung in Nürnberg zu besuchen.

Wie läuft das Geschäft mit ^{easy}Credit bei der Raiffeisen-Landesbank Tirol AG?

Dr. Schmid: Es ist wirklich gut angelaufen. 2009 haben wir bereits mehr als 700 Kredite verkauft. Wir konnten unseren Kunden deutlich mehr Kredite anbieten und das Privatkreditgeschäft maßgeblich ausbauen. Somit haben wir die Weichen für unseren Erfolg im Bereich Ratenkredite gestellt.

Sie wurden zum Beiratsvorsitzenden des neu gegründeten Raiffeisenbeirats Tirol gewählt.

Was versprechen Sie sich von dem Beirat?

Dr. Schmid: Mit der Gründung des Raiffeisenbeirats Tirol wurde ein Meilenstein für die vertriebsorientierte Zusammenarbeit und den partnerschaftlichen Meinungsaustausch zwischen der TeamBank und den Partnerbanken gesetzt. Er ermöglicht uns einen intensiven Dialog zu Produkten und Vertriebswegen, zur Umsatzplanung und ebenso zur Marketing- und Kommunikationsplanung. Zweimal im Jahr werden wir unter Beteiligung der Niederlassungsleitung in Österreich zusammenkommen. Hier haben wir die Möglichkeit, beratend zur Seite zu stehen.

Wie sehen Sie die Zukunft des ^{easy}Credit im Raiffeisenbankensektor?

Dr. Schmid: Positiv. Man merkt, dass der Ratenkreditexperte auf Wachstum setzt. Bereits nach einem Jahr gehören mehr als ein Viertel der Raiffeisenbanken in Tirol zu den Partnern. Darüber hinaus finden bereits sehr konstruktive Gespräche in anderen Bundesländern mit den dortigen Raiffeisen-Landesbanken statt. ●

Ein Jahr Österreich mit starken Partnern

Im Geschäftsjahr 2009 blickt die TeamBank auf ihr erstes Jahr in Österreich zurück. Mitte 2008 fiel mit der Volksbank OST der Startschuss für den Verkauf des Ratenkredits im Nachbarland. Damit war der erste Schritt für internationale Aktivitäten getan. Mittlerweile ist der Ratenkreditexperte gemeinsam mit den Volksbanken und Raiffeisenbanken in allen Bundesländern vertreten. Der Schlüssel zum Erfolg sind die enge, vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Partnerbanken sowie dem kundenorientierten und systemgestützten Verkaufsprozess, der den Kunden einen erheblichen Zeitvorteil bringt. In den Banken wird ^{easy}Credit auf eine breite Vertriebsbasis gestellt: Dank der einfachen Kreditanwendung wird der Kredit von allen – vom jungen Mitarbeiter genauso wie vom erfahrenen Kreditberater – verkauft. Ein weiterer Vorteil sind die automatischen Ablösungsmöglichkeiten von Fremdverbindlichkeiten, die den Partnerbanken die Rückgewinnung von Kunden ermöglichen. Insgesamt konnten die österreichischen Genossenschaftsbanken damit ein deutliches Wachstum im Konsumentenkreditbereich erzielen. Die Partnerbanken werden dabei von den Mitarbeitern der TeamBank über den gesamten Zeitraum fachlich betreut und bei ihren Vertriebsaktivitäten unterstützt: von der Ersts Schulung über Treffen zum Erfahrungsaustausch und Motivationsveranstaltungen bis hin zu Quartalsgesprächen.



Mehr als ein Drittel aller Volksbanken arbeitet bereits mit dem Ratenkredit aus Deutschland.

GEMEINSAME AKTIONEN Internationalisiert wurden auch die Marketingaktivitäten: Im Frühjahr 2009 wurde die erste deutsch-österreichische Kampagne erfolgreich umgesetzt und im Herbst stand die „Kredit-Offensive“ an. Akzente setzt die TeamBank aber auch mit regionaler Unterstützung wie dem gemeinsam mit der Wiener Volksbank realisierten Sponsoring der Laufveranstaltung „Die schnellsten Wiener“.

Präsenz zeigt die TeamBank zudem auf der verbandseigenen Informationsplattform der Volksbanken. Seit 2009 ist ^{eOxy}Credit[®] im Volksbank Intranet vertreten. Die zentrale Hinterlegung sämtlicher Informationen und Unterlagen ist übersichtlich und erleichtert die Arbeit der Berater der Partnerbanken aus dem Volksbankensektor. Zudem bietet die Plattform interessierten Banken die Möglichkeit, sich über den Kredit zu informieren.

Im Rahmen der Österreich-Aktivitäten wird weiterhin die Kooperationsarbeit mit dem Österreichischen Genossenschaftsverband vertieft. Im Berichtsjahr präsentierte sich die Teambank als Mitglied des ÖGV auf der Verbandstagung in St. Anton am Arlberg.

Auf der in kürzester Zeit geschaffenen soliden und erfolgreichen Basis wird das Geschäft mit ^{eOxy}Credit[®] in Österreich weiter ausgebaut. ●

Volksbank Mürztal-Leoben, Vorstandsdirektor Reinhard Landl



„Mit ^{eOxy}Credit[®] haben wir auf das richtige Produkt gesetzt! Die rasche, unbürokratische Abwicklung beim Kreditverkauf hilft uns, die Kundenwünsche innerhalb kürzester Zeit zu realisieren. Zudem ist es für uns als Volksbank ein sehr ertragreiches Geschäft.“

Volksbank Baden, Vorstandsdirektor, Ing. Mag. Günter Alland



„Der große Nutzen für uns beim ^{eOxy}Credit[®] sind die schlanken Prozesse. Das Produkt ist einfach konzipiert, die Entscheidungen erfolgen schnell und die Mitarbeiter der Volksbank können sich auf die bedarfsorientierte Beratung unserer Kunden konzentrieren.“

VERANTWORTLICH

EASYCREDIT SETZT AUCH BEI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DEUTLICHE ZEICHEN. ÜBER DAS ENGAGEMENT FÜR DIE STIFTUNG DEUTSCHLAND IM PLUS HINAUS UNTERSTÜTZT DER RATENKREDIT-EXPERTE KUNST UND KULTUR. 2009 WURDE EIN KÜNSTLER-WETTBEWERB FÜR DIE DIENSTFAHRZEUGE INS LEBEN GERUFEN.



Wir übernehmen
**Verant-
wortung**



»Die easyCredit-Initiative bietet eine attraktive Plattform, um Kunst in den öffentlichen Raum zu bringen.«

Sarah Erath, Gewinnerin easyCredit-Design-Nachwuchspreis



Das Engagement für bildende Kunst zeigt sich mit der MINI-Aktion auf besonders phantasievolle Art und Weise. Unter den zahlreichen Entwürfen von Künstlern und Illustratoren wurden zehn ausgewählt und mit jeweils 5.000 Euro prämiert. In einer rollenden Kunstausstellung wurden die fahrenden Kunstwerke in Nürnberg vorgestellt. Insgesamt sind nun 100 bunte Dienstfahrzeuge bundesweit unterwegs. Mit der Design-Aktion fördert easyCredit auch den Künstlernachwuchs. Sarah Erath überzeugte mit einer übergroßen Pusteblyme und gewann den Nachwuchspreis.



Kunstwerke auf vier Rädern: In einer rollenden Kunstausstellung stellte easyCredit die zehn Motive vor.

Interview mit Sarah Erath

Wie sind Sie dazu gekommen, an der Aktion teilzunehmen?

Erath: Ich habe an der Akademie der Bildenden Künste von der Aktion gelesen und fand es eine spannende Sache, ein Auto zu gestalten. Gesucht wurde eine originelle, kreative und in sich schlüssige Umsetzung des Mottos „Fair unterwegs“. Mit dem Motiv der Pusteblythe habe ich versucht, dieses Thema optisch darzustellen. Insgesamt gab es von Seiten der Akademie 30 Entwürfe. Umso mehr freut es mich, dass sich die Jury für meinen Vorschlag entschieden hat.

Wie haben Sie reagiert, als Sie erfahren haben, dass Ihr Motiv ausgewählt wurde?

Erath: Ich war total überrascht und habe mich riesig gefreut. Die Pusteblythe ist meine erste prämierte Arbeit. Es war sehr interessant, die Umsetzung des Motivs zu erleben, als alle MINI in der Nürnberger Innenstadt bei der „rollenden Kunstausstellung“ zu sehen waren. Schön, dass meine Pusteblythe nun bundesweit auf den Straßen unterwegs ist.

Was bedeutet denn Ihr Motiv?

Erath: Diese Pusteblythe steht für mich sinnbildlich für eine Andock- oder auch Versorgungsstation, von der aus sich die einzelnen Schirmchen auf den Weg hinaus in die Welt machen – jedes wohin es ihn zieht und nach seinen eigenen Vorstellungen, um dort etwas Eigenes – Neues aufzubauen.

Was halten Sie vom easyCredit-Engagement für Kunst?

Erath: Ich glaube, dass das Engagement von Unternehmen für Kunst gerade in Zeiten von knappen öffentlichen Kassen immer wichtiger wird. Die easyCredit-Initiative bietet eine attraktive Plattform, um Kunst in den öffentlichen Raum zu bringen. Das Schöne ist, dass die bunten MINI den Alltag phantasievoll und kreativ beleben. ●

Sarah Erath

studiert seit 2008 freie Malerei an der Akademie der Bildenden Künste in Nürnberg bei Prof. Thomas Hartmann. Zuvor schloss sie an der Universität Regensburg ihr Magisterstudium (Bildende Kunst, Romanistik und Vergleichende Kulturwissenschaft) ab.

Soziale Verantwortung in der Metropolregion Nürnberg

Mit Unternehmenserfolg geht soziale Verantwortung einher. Einfachheit, Transparenz und Fairness sind dabei die wesentlichen Faktoren des Produkts easyCredit. Aber Fairness zählt nicht nur gegenüber den easyCredit-Kunden, sondern auch gegenüber sozial benachteiligten Gruppen. easyCredit übernimmt hier traditionell Verantwortung.

Seit 2006 fördert der Ratenkreditexperte das Alpha-Zentrum in Nürnberg. Das Zentrum steht den etwa 24.000 Nürnbergern zur Verfügung, die laut Hochrechnungen des Bundesverbands für Alphabetisierung und Grundbildung e. V. nicht oder nicht ausreichend lesen und schreiben können. Anfangs stand die finanzielle Hilfe im Vordergrund, mittlerweile liegt der Fokus auf persönlicher Unterstützung. easyCredit-Mitarbeiter übernehmen wöchentlich Stunden und fungieren als „Lerncoachs“. Sie helfen den Analphabeten beim Lesen, Schreiben und Rechnen. Aber die Referenten vermitteln auch Grundkompetenzen für den Alltag, zum Beispiel den Umgang mit Geld, mit der Ernährung und Gesundheit. Die Erfahrungen aus der Arbeit tragen die Mitarbeiter wiederum mit in die TeamBank und die Öffentlichkeit. So sensibilisieren sie für das Thema und versuchen, den Begriff „Analphabetismus“ zu enttabuisieren.

Anstoß für das Projekt waren die Spenden der Opernball-Tombola 2008. Seit Jahren unterstützt die TeamBank damit ein soziales Projekt in der Metropolregion Nürnberg. 2009 kam das Geld dem Projekt Nürnberger KulturRucksack zugute. Es ermöglicht Kindern aller sozialen Schichten den Zugang zu Kulturangeboten aus den verschiedensten Bereichen. Ziel ist es dabei auch, die Kreativität der Kinder zu fördern. Das Programm ermöglicht neben Theateraufführungen auch den Konzert- oder Ballettbesuch. Denn gerade Kindern aus einem strukturell und finanziell benachteiligten Umfeld bleibt das Erlebnis kultureller Bildung häufig verwehrt. Zum Schuljahresbeginn bekamen die teilnehmenden Kinder einen symbolischen Rucksack mit vier Kulturausflügen und vier vertiefenden pädagogischen Workshops. Das Projekt ist langfristig angelegt und in den folgenden Jahren sollen weitere Kinder im Alter von 6 bis 16 Jahren einen KulturRucksack erhalten. ●

Finanzielle Allgemeinbildung in Schulen

Ein besonderer Fokus des gesellschaftlichen Engagements liegt bei easyCredit auf der Stiftung Deutschland im Plus. 2008 rief der Ratenkreditexperte die Stiftung für Überschuldungsprävention ins Leben. Zu den Aufgaben gehören Information, Aufklärung und Beratung. Neben der Unterstützung von Forschungsangeboten gibt es schnelle, unkomplizierte Hilfe über die Website: Schuldnerberater beantworten online und per Telefon die Fragen der Hilfesuchenden. 2009 wurde insbesondere die finanzielle Allgemeinbildung in Schulen ausgebaut. In der Metropolregion Nürnberg starteten die ersten Unterrichtseinheiten unter dem Motto „Konsum geplant – Budget im Griff“. Aktuelle Studien zeigen, dass bei der Vermittlung des Umgangs mit Geld Handlungsbedarf besteht. Dort setzt die Stiftung Deutschland im Plus an.

Anhand aktueller Zahlen sprechen Referenten der Stiftung mit den Schülern über die Entwicklung der Überschuldung in Deutschland und klären die Frage, warum so viele Menschen von der Verschuldung in die Überschuldung rutschen. In den Unterrichtseinheiten werden dann Budgetpläne erstellt und Schüler stellen Einnahmen und Ausgaben gegenüber. Die Inhalte der Unterrichtseinheit sind auf Schüler der 9. Klasse zugeschnitten und werden in verschiedenen Schulformen angeboten.

Für dieses Förderprojekt erhielt die Stiftung in der Kategorie „Handlungskompetenz mit den Schwerpunkten Konsum/Ökonomie und globales Lernen“ die Auszeichnung als UNESCO-Dekade-Projekt. Das Projekt der finanziellen Bildung reiht sich gut in die Anforderungen „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ein, weil es das Ziel hat, Überschuldung bei Jugendlichen zu bekämpfen, bevor sie entsteht. ●

Die Stiftung Deutschland im Plus

Die Stiftung Deutschland im Plus wurde von easyCredit als öffentliche Stiftung bürgerlichen Rechts gegründet. Sie operiert unabhängig. Die Aufklärungs- und Hilfsprojekte werden kontinuierlich von easyCredit finanziell gefördert.





Bei der Unterrichtseinheit der Stiftung erstellen die Schüler Budgetpläne und stellen dabei die Einnahmen und Ausgaben gegenüber.

Schülerberichte zur Unterrichtseinheit

VON VER- UND ÜBERSCHULDUNG „Am Mittwoch, dem 21. Oktober kamen Mitarbeiter der privaten Stiftung für Überschuldungsprävention in die Klasse 9c der Sperberschule. Sie klärten uns in zwei Schulstunden ausführlich auf, was Ver- bzw. Überschuldung bedeutet, wie sie entsteht und (ganz wichtig) wie man sie vermeiden kann.

Wir wissen jetzt: Von Verschuldung ist schon die Rede, wenn jemand einem anderen Geld schuldet, selbst wenn es nur der Euro für den Pausenverkauf ist. So stellten wir fest, dass nahezu jeder von uns schon einmal verschuldet war. Von Überschuldung redet man, wenn man nicht mehr in der Lage ist, das geliehene Geld zurückzuzahlen.

Gründe dafür sind oft nicht die Unlust, Geld wieder zurückzugeben, sondern tragische Schicksalsschläge: Verlust der Arbeit, Scheidung oder Tod des Ehepartners. So kann jeder unerwartet und ohne eigenes Verschulden in eine solche finanzielle Notlage geraten. (...) Alles in allem war der Vortrag nicht nur interessant, sondern auch sehr wichtig „fürs Leben“, in dem wir uns hoffentlich nie überschulden.“

Bericht der Schulklasse 9c, Sperberschule in Nürnberg

DAS TEAM VON DEUTSCHLAND IM PLUS UND DIE 9 C „Jeder zweite Jugendliche hatte schon einmal Schulden. Die Hauptverursacher sind das Handy, der Motorroller und natürlich das Ausgehen. Die Gefahren einer Privatinsolvenz wurden uns drastisch vor Augen geführt. Hauptanteil daran haben Arbeitslosigkeit und Scheidung. Zum Schutz vor eigener Überschuldung haben wir einen Budgetplan erstellt, in dem jeder seine festen und veränderlichen Ausgaben pro Monat seinen Einnahmen gegenüberstellen sollte. Somit lässt sich feststellen, ob man sich noch im Plus befindet oder ob die Ausgaben die Einnahmen bereits überwiegen. Außerdem bekommt man einen Überblick über vermeid- oder aufschiebbare Ausgaben. Auch vor einer Kreditaufnahme wurden wir gewarnt. Man sollte sich vorher genauestens über die Notwendigkeit der Anschaffung, die monatliche Rückzahlungsrate und über die Rückzahlungsdauer Gedanken machen. Zum Schluss gab es noch nützliche Tipps zur alltäglichen Schuldenvermeidung. Herzlichen Dank im Namen der neunten Klassen an das Schuldenpräventionsteam!“

Bericht der Schulklasse 9c, Oskar-Sembach-Realschule in Lauf

Die easyCredit-Mitarbeiter: mit Werten erfolgreich



BEGEISTERND

Tamara Kess, Personal Entwicklung und Weiterbildung bedeuten viel mehr, als nur Trainings zu besuchen – deshalb begeistert mich die Personalarbeit bei easyCredit.



VERTRAUENSVOLL

Oliver Kruse, Marketing Vertrauen gibt Sicherheit – das betrifft die Arbeit genauso wie unsere regelmäßigen Kinderprogramme in der Bank.



GEMEINSAM

Gerhard Böhmlechner, Produktion & Services Am schönsten ist es, Ziele im Team zu erreichen – das erleben wir zum Beispiel bei uns in der Produktion.



FAIR

Florian Günnel, Marketing Fairness wird großgeschrieben – dies gilt im Sponsoring und auch im Ratenkreditgeschäft, wo es wichtig ist, einen respektvollen und verlässlichen Partner zu haben.



EINFACH

Stefanie Rehm, easyCredit-Shop Wir beraten verständlich und unkompliziert. Das gefällt unseren Kunden.



AUSGEZEICHNET

Renate Hinck, easyCredit-Shop Mit unserem Produkt können sich Kunden herausragende Momente ermöglichen. Ein schickes Badezimmer oder ein neues Auto – da macht das Beraten Freude.



VERANTWORTLICH

Sven Schröter, Trainee easyCredit übernimmt Verantwortung und engagiert sich für das Alpha-Zentrum, eine Institution für Analphabeten. Dort arbeite ich 4 Stunden die Woche.



EHRBARER KAUFMANN

Heiko Kühn, Marktgebiet Nordwest Die Werte des ehrbaren Kaufmanns sind die Grundlagen unseres Handelns. Das spüre ich jeden Tag beim Besuch meiner Partnerbanken.

Lagebericht der TeamBank AG Nürnberg Jahresabschluss 2009

| | |
|---|------|
| LAGEBERICHT | S 54 |
| FINANZWIRTSCHAFTLICHER BERICHT | S 56 |
| GESAMTWIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG UND BANKENMARKT | S 56 |
| GESCHÄFTLICHE ENTWICKLUNG DER TEAMBANK | S 56 |
| ERTRAGSLAGE | S 61 |
| FINANZLAGE | S 63 |
| VERMÖGENSLAGE | S 63 |
| NACHTRAGSBERICHT | S 64 |
| RISIKOBERICHT | S 65 |
| PROGNOSEBERICHT | S 76 |
| JAHRESBILANZ | S 78 |
| GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG | S 80 |
| ANHANG | S 82 |
| BESTÄTIGUNGSVERMERK | S 94 |
| BERICHT DES AUFSICHTSRATES | S 95 |
| BEIRAT DER TEAMBANK | S 97 |

Finanzwirtschaftlicher Bericht

Gesamtwirtschaftliche Entwicklung und Bankenmarkt

2009 weitete sich die Finanzmarktkrise zur Wirtschaftskrise aus. Die damit verbundene Rezession führte zu einem Rückgang der deutschen Wirtschaft von fast 5 Prozent. Durch die Konjunkturprogramme der Bundesregierung konnte der Abwärtstrend gemildert werden und führte zum Jahresende zu einer leichten Erholung.

Die Arbeitslosenquote stieg im Vergleich zum Vorjahr. Die Stützungsmaßnahmen wie bspw. das verlängerte Kurzarbeitergeld haben den Anstieg schwächer ausfallen lassen als im Vorfeld von Experten erwartet.

Der Ratenkreditmarkt ist 2009 mit +7,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr deutlich gewachsen (Dez. 2008: 132,1 Mrd. Euro, Dez. 2009: 142,0 Mrd. Euro). Die Abwrackprämie hat diese Entwicklung maßgeblich beeinflusst.

Die Marktkonsolidierung hat sich fortgesetzt. Speziell in der Finanzmarktkrise bewährten sich die stabilen Strukturen und das Geschäftsmodell des genossenschaftlichen Finanzverbands. Das Vertrauen der Verbraucher¹ in den genossenschaftlichen Finanzverbund ist gestiegen.

Die TeamBank AG Nürnberg (im Folgenden kurz als TeamBank bezeichnet) ist von der Finanzmarktkrise nicht direkt betroffen, da sie keinerlei Wertpapiere hielt oder hält, die Rückzahlungs- und Zinszahlungsansprüche gegen Subprime-Kreditnehmer verbrieften. Ein indirekter Einfluss der Finanzmarktkrise ergibt sich aus den mit der Krise einhergehenden Veränderungen der Zinsen für Refinanzierungsmittel am Geld- und Kapitalmarkt sowie aus der durch die Finanzmarktkrise stark beeinflussten konjunkturellen Entwicklung.

Geschäftliche Entwicklung der TeamBank

Im Berichtsjahr gewann die TeamBank durch organisches Wachstum weitere Marktanteile. Diese Entwicklung wurde durch folgende Meilensteine begleitet:

- Liquiditätsversorgung der Privatkunden der Partnerbanken mit Aktionen „Konjunktur-Paket“ und „Kredit-Offensive“
- Einführung der easyCredit-Card als neues Produkt
- Kundenbestand bei knapp einer halben Million
- Zertifizierung des Qualitätsmanagements durch den TÜV nach ISO 9001
- Auszeichnungen „TOP JOB“ und „Top-Arbeitgeber 2009“
- Auszeichnung „UNESCO Dekade-Projekt“ für die Stiftung „Deutschland im Plus“

Produkt easyCredit Mit dem „Konjunkturpaket“ und der „Kredit-Offensive“ sorgte die TeamBank gemeinsam mit dem genossenschaftlichen Finanzverbund im Berichtsjahr für die Liquidität der Privatkunden. Mit dem im Februar aufgelegten

1 | Die im Text gewählten personenbezogenen Bezeichnungen (z. B. Mitarbeiter, Verbraucher) gelten explizit für beide Geschlechter.

„Konjunktur-Paket“ der TeamBank konnten die Partnerbanken verdeutlichen, dass im Aktivgeschäft mit easyCredit die Privatkunden zuverlässig mit Liquidität versorgt werden, um die Binnennachfrage durch die Konsumenten zu stützen. Begleitet wurde das „Konjunktur-Paket“ von der Aktion „Umweltprämie“ mit einem besonderen Vorteil bei Sondertilgung.

Mit der Kredit-Offensive wurde den Kunden von Mitte August bis Ende Oktober die Möglichkeit eröffnet, unter Nutzung eines Zinsvorteils größere Investitionen zu tätigen.

Weiterhin stärkte die TeamBank im Berichtsjahr ihre Position als fairer Ratenkreditexperte. Als eine der ersten Banken überhaupt erhielt die TeamBank für ihr Qualitätsmanagement in der Produktion das Siegel des TÜV SÜD nach DIN EN ISO 9001:2008. Zudem wurde easyCredit als erster Privatkredit in Deutschland für Fairness in den Bereichen Beratung, Kreditentscheidung und Service vom TÜV SÜD zertifiziert. Die Prüfung umfasste auch die verbraucherfreundliche Produktausstattung mit dem Fairness-Paket.

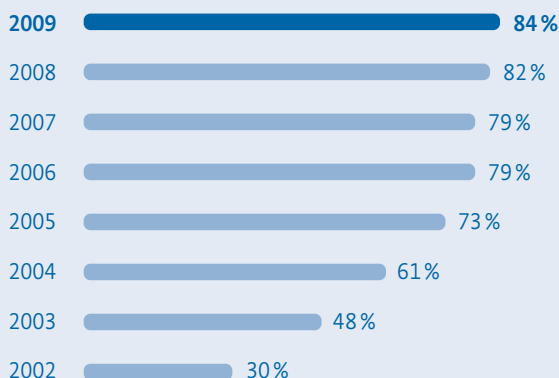
Das Fairness-Paket bleibt weiterhin das Alleinstellungsmerkmal von easyCredit. Es umfasst jederzeit mögliche Sondertilgungen und Ablösungen. Im Falle von Zahlungsschwierigkeiten bietet die TeamBank in jeder Phase eine partnerschaftliche Lösung an. Zudem bietet die TeamBank aktiv ein erstes kostenloses Gespräch mit einem Schuldnerberater an. Regelmäßige Workshops und Dialoge mit Verbraucherschützern flankieren die Weiterentwicklung des Produkts.

Seit Januar 2009 ist mit dem Langzeitvorteil bei den genossenschaftlichen Partnerbanken ein spezielles Angebot für Immobilien- und Grundstückseigentümer erhältlich. Bewährt hat sich im Berichtsjahr der easyCredit für Privatkunden mit Einkommen aus selbständiger Tätigkeit. Selbständige und Freiberufler können nach Nachweis der selbständigen Tätigkeit easyCredit zur Finanzierung privater Investitionen nutzen.

Alle Varianten des easyCredit können optional mit Restschuldversicherungen abgesichert werden. Nach der systematischen Ermittlung des Bedarfs im Kundengespräch steht dem Kunden die Absicherung gegen Tod, Arbeitsunfähigkeit oder Arbeitslosigkeit und Scheidung frei. Speziell für die „Kredit-Offensive“ wurde ein optionaler Tarif Arbeitsunfähigkeit / Arbeitslosigkeit angeboten. Partner bei der Restschuldversicherung ist die R+V Versicherungsgruppe.

Erweiterung der Produktpalette Mit der easyCredit-Card erweiterte die TeamBank ihre Produktpalette. Die easyCredit-Card kann wie eine normale Zahlungskarte am Point-of-Sale oder an Geldautomaten eingesetzt werden. Außerdem verfügt der Kunde über eine Finanzreserve in Form eines Ratenkredits. Die Karte stellt aus Sicht der TeamBank modernes Liquiditätsmanagement mit eingebautem Schutz vor Überschuldung dar. So sind unter anderem die Merkmale des Fairness-Pakets für Kunden der easyCredit-Card Standard. Im Januar 2009 startete die Pilotphase der easyCredit-Card in den easyCredit-Shops.

Gestützte Markenbekanntheit easyCredit in Prozent



Marke easyCredit Im Berichtsjahr erreichte die gestützte Markenbekanntheit der Marke easyCredit mit 84 Prozent einen neuen Höchststand. Laut einer GfK-Messung (Mai 2009) konnte easyCredit zudem die Markenattraktivität im Vergleich zu 2008 deutlich steigern.

Das „Konjunktur-Paket“ und die „Kredit-Offensive“ wurden durch aufmerksamkeits- und reichweitenstarke Marketingmaßnahmen unterstützt. Zudem wurde die Einführung der easyCredit-Card im Frühjahr und Herbst durch Marketing-Aktionen intensiv beworben.

Zur Stärkung der Marke easyCredit trugen 2009 insbesondere die Sponsoringaktivitäten bei. Der Schwerpunkt lag wie in den Vorjahren auf der Namensgebung des easyCredit-Stadions und der Exklusivpartnerschaft mit dem Fußball-Bundesligisten 1. FC Nürnberg. Das Sponsoring der Deutschen Akademie für Fußball-Kultur wurde weitergeführt und ausgebaut. Außerdem weitete die TeamBank die Unterstützung der Stiftung „Deutschland im Plus“, der Stiftung für private Überschuldungsprävention, aus.

Marktbearbeitungsprämie Im Rahmen der Veräußerung des Geschäftsbereichs Niederlassungen hat der Vorstand der TeamBank AG in 2006 entschieden, insgesamt 63 Mio. Euro aus dem Verkaufserlös in Form einer Marktbearbeitungsprämie als Zuschuss für easyCredit-Werbemaßnahmen an die Genossenschaftsbanken auszukehren. 2009 profitierten über 700 Partnerbanken von den finanziellen Mitteln für lokale Werbemaßnahmen zur Stärkung der Marktposition. Die Bilanz des Projekts Marktbearbeitungsprämie kann sich sehen lassen. Insgesamt wurden über 14.000 Funkspots, über 10.000 Großflächenplakate und rund 5.000 Anzeigen in Printmedien geschaltet. Besonders gefragt waren außerdem Sponsoringaktivitäten bei Sportvereinen und Werbung auf öffentlichen Verkehrsmitteln.

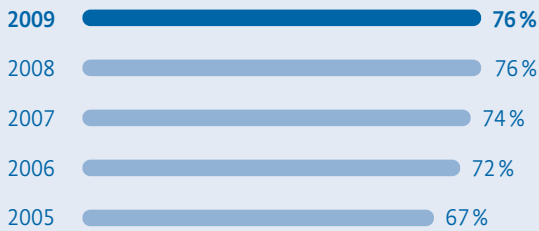
Der verbliebene Anspruch der Partnerbanken auf Marktbearbeitungsprämie betrug am 31. Dezember 2009 noch insgesamt 7,5 Mio. Euro.

Partnerbankengeschäft Die 2008 vollzogene organisatorische Trennung des B2B- und B2C-Vertriebs bewährte sich im Berichtsjahr. Durch die gebündelte und neu strukturierte Vertriebsstruktur wird den Mitarbeitern im B2B-Vertrieb die Möglichkeit zur intensivierten Betreuung der Partnerbanken gegeben. Zu den beiden Kampagnenzeiträumen im Frühjahr und Herbst unterstützten die Mitarbeiter in Workshops zum Konjunkturpaket und zur „Kredit-Offensive“ die Kollegen in den Partnerbanken. Einen weiteren wichtigen Meilenstein stellte die Einführung der schlankeren easyCredit-Anwendung im August dar. Dadurch vereinfachte sich die Bereitstellung von easyCredit für die Partnerbanken. Als dritter wesentlicher Baustein wurde der easyCredit mit Langzeitvorteil für Immobilien- und Grundstücksbesitzer eingeführt.

Insgesamt arbeiteten Ende 2009 76 Prozent (2008: 76 Prozent) von 1.162 (2008: 1.196) aller Genossenschaftsbanken mit der TeamBank zusammen und vermitteln easyCredit.

easyCredit-Shops Auf der B2C-Seite wurde bei den bundesweit 60 easyCredit-Shops durch Schulungen der Mitarbeiter die Verkaufsqualität weiter gesteigert. So erhielt easyCredit das dritte TÜV-Siegel für besonders faire Beratung in den easyCredit-Shops.

Genossenschaftsbanken mit easyCredit in Prozent



Direktvertrieb Der Direktvertrieb der TeamBank wurde im Berichtsjahr um einen Vertriebsweg erweitert: Mit der flächendeckenden Einführung des Telefonkredits Mitte August steht den Interessenten neben dem Internet und dem Brief eine weitere Bestellmöglichkeit für easyCredit offen.

Für Internet und E-Commerce gestaltete die TeamBank die easyCredit-Bestellstrecke benutzerfreundlicher: Nach Tests der Benutzerfreundlichkeit in Kooperation mit der Georg-Simon-Ohm-Hochschule Nürnberg wurde die Bestellstrecke verkürzt. Zudem sind nun Chats mit Experten während der Online-Bestellung möglich.

Damit setzte die TeamBank auch 2009 den Weg fort, den Direktvertrieb durch verbesserte Leistungen kundenfreundlicher zu gestalten. So differenziert sich easyCredit von den Wettbewerbern, die auch im Berichtsjahr die Kunden vor allem über den Preis zu gewinnen versuchten.

Auslandsaktivitäten 2008 startete die TeamBank den Verkauf von easyCredit in Österreich. Seitdem konnten zahlreiche weitere Partnerbanken gewonnen werden und easyCredit ist nun in allen Bundesländern Österreichs vertreten. Experten der TeamBank trainieren die Mitarbeiter der Partnerbanken und informieren sie über die Marke und deren Leistung. Darüber hinaus erhalten die Partnerbanken aktive Unterstützung vor Ort und werden laufend betreut. Der Verkauf von Konsumentenkrediten durch die Partnerbanken in Österreich hat sich mit der Einführung von easyCredit hervorragend entwickelt, da das Produkt bei den Kunden sehr geschätzt wird. Der feste Zinssatz über die gesamte Laufzeit bietet den Kunden Transparenz und Planungssicherheit.

Seit dem Berichtsjahr ist easyCredit auch im Intranet der Volksbanken in Österreich präsent. Damit können sich die Partnerbanken ein Bild über das komplette Angebot machen – von Marketingkampagnen bis hin zu Vertriebsinformationen.

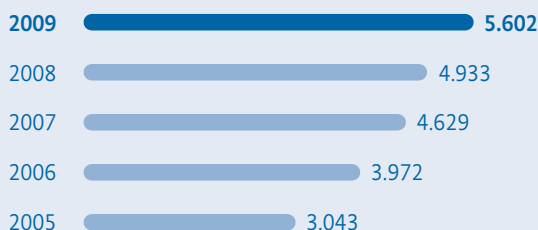
Im September 2009 gründete die TeamBank den Raiffeisenbeirat Tirol. Ziel ist es, die Zusammenarbeit zwischen der TeamBank und den Tiroler Raiffeisenbanken zu intensivieren, den Austausch mit den Partnerbanken zu fördern und die Vertriebskraft zu stärken.

IT und Infrastruktur 2009 hat die TeamBank eine neue Version des Kernbankensystems Kordoba planmäßig in Betrieb genommen. Die mandanten- und mehrsprachenfähige IT-Plattform vereint die Verarbeitung der Anwendungen für Deutschland und Österreich in einem System. Damit wurden sowohl technische als auch rechtliche Anforderungen als Basis für weiteres Wachstum planmäßig und erfolgreich umgesetzt.

Zeitgleich wurden auch die technischen Voraussetzungen geschaffen, um die Verkaufsstrecke im Internet zu vereinfachen. Dies geschah in enger Zusammenarbeit mit dem Direktvertrieb auf Basis von Tests zur Benutzerfreundlichkeit.

Ein weiterer IT-Baustein, um die Wachstumsziele des Unternehmens umzusetzen, war die Einführung der easyCredit-Card. Die entsprechenden Entscheidungsalgorithmen wurden als zusätzliche Funktion in die vorhandene Strecke integriert und bestanden den Test in den easyCredit-Shops.

easyCredit / Kundenforderungen in Mio. Euro



Stiftung „Deutschland im Plus“ Die TeamBank gründete 2008 die Stiftung „Deutschland im Plus“ – die Stiftung für private Überschuldungsprävention. Die Stiftungsarbeit basiert auf den drei Säulen Information, Prävention und Beratung. Im Berichtsjahr förderte die Stiftung wie im Vorjahr die Forschung nach den Ursachen und Ausprägungen von Überschuldung und setzte die unbürokratische Beratung Hilfesuchender fort.

Im Berichtsjahr startete die Stiftung ihr Programm zur finanziellen Bildung von Schülern in der Metropolregion Nürnberg. Im Fokus steht die Erweiterung des finanziellen Grundwissens. Das Förderprojekt „Konsum geplant – Budget im Griff“ erhielt in der Kategorie Handlungskompetenz mit den Schwerpunkten „Konsum/Ökonomie“ und „Globales Lernen“ die Auszeichnung als UNESCO-Dekade-Projekt. Diese Anerkennung erhält die Stiftung für ihr Engagement, Jugendlichen nachhaltiges Denken und Handeln im Umgang mit Geld zur Prävention von Überschuldung zu vermitteln. Die Bildungsarbeit soll in den kommenden Jahren fortgeführt und ausgebaut werden.

Zudem unterstützte die Stiftung „Deutschland im Plus“ den iff-Überschuldungsreport 2009. Dieser zeigt neue Ergebnisse und Handlungsfelder auf. So wurde unter anderem zum ersten Mal die Dauer der Überschuldung in ihren einzelnen Phasen untersucht. Die durchschnittliche Dauer beträgt demnach in Deutschland 13 Jahre. Die Bestandteile sind: Überschuldungsauslöser, Beratungsbeginn, Eröffnung des Insolvenzverfahrens, Restschuldbefreiung und letztlich Löschung bei den Auskunfteien.

Mit der Unterstützung der Stiftung setzt die TeamBank ihr Engagement im Bereich Sicherheit und Fairness gegen Verbraucherüberschuldung fort und entspricht der Tradition der genossenschaftlichen Werte.

Das Engagement für wohltätige und gemeinnützige Zwecke wird durch den Steuerungskreis² der TeamBank vorgelebt. Der Steuerungskreis hat 2009 beschlossen, alle Vergütungen aus Gremientätigkeiten außerhalb der TeamBank zu spenden.

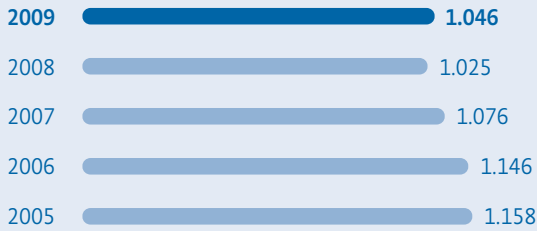
Bestandsentwicklung easyCredit In einem sich stark wandelnden und wettbewerbsintensiven Marktumfeld konnte die TeamBank den Bestand an Kundenforderungen gegenüber dem Vorjahr um 14 Prozent auf 5,6 Mrd. Euro steigern und somit weitere Marktanteile gewinnen. Die Anzahl der Kunden konnte um 12 Prozent auf rund 500.000 gesteigert werden.

Der Anteil der easyCredit-Bestände und Kunden, der auf die Niederlassung Österreich entfällt, ist hierbei auf Grund des erst 2008 erfolgten Markteintritts noch gering.

Mitarbeiterentwicklung Insgesamt arbeiteten zum Jahresende 1.046 Mitarbeiter bei der TeamBank. Der Frauenanteil beträgt 62 Prozent. Der Ruf der TeamBank, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, wurde 2009 erneut auch von neutraler Seite widergespiegelt. Beim TOP JOB-Wettbewerb zählte der Ratenkreditexperte zu den 100 besten Arbeitgebern im deutschen Mittelstand 2009. Dabei wurden insbesondere in den Bereichen Unternehmenskultur, Job-Sicherheit und Work-Life-Balance über-

2 | Besteht aus dem Vorstand und dem Generalbevollmächtigten.

Mitarbeiter (ohne Auszubildende) zum 31.12.09



durchschnittliche Leistungen erzielt. Neben den Entwicklungschancen stachen hier die regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen und die Förderung der Innovationskultur hervor. Beim Wettbewerb „Top-Arbeitgeber Deutschland 2009“ erhielt der Ratenkredit-experte die Auszeichnung bereits bei der ersten Teilnahme. Als dritte Auszeichnung erhielt die TeamBank das Zertifikat berufund-familie für die familienbewusste Personalpolitik. berufundfamilie erfasst den Status quo der bereits angebotenen Maßnahmen zur besseren Balance von Beruf und Familie und entwickelt systematisch das betriebsindividuelle Potenzial.

Die TeamBank bietet hier bereits zahlreiche Maßnahmen wie flexible Arbeits- bzw. Teilzeitmodelle oder auch Angebote der Telearbeit. Ein Indiz für die Familienfreundlichkeit ist der Anteil der Teilzeitkräfte, der bei über 20 Prozent liegt. 42 Mitarbeiter nutzten 2009 zudem die Möglichkeit der Elternzeit. Zahlreiche Angebote zur Schaffung einer Work-Life-Balance bietet auch das GesundheitsPortal.

Im Berichtsjahr erweiterte die TeamBank die Ausbildungsberufe. Neben dem traditionellen Ausbildungsweg für Bankkaufleute bildet die TeamBank nun zudem Kaufleute für Bürokommunikation und Marketingkommunikation sowie Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung aus. Insgesamt arbeiteten zum Jahresende 18 Auszubildende bei der TeamBank. Im Berichtsjahr starteten fünf Auszubildende.

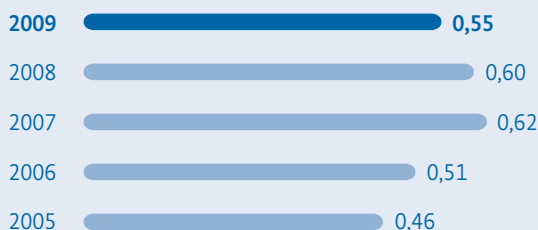
Ende 2009 beschäftigte die TeamBank fünf Trainees. Die Traineeprogramme sind zweistufig angelegt: Zuerst erhalten die Trainees Einblick in alle Bereiche der TeamBank, um den Geschäftsprozess zu verstehen. Die zweite Phase zielt mit Projektarbeit auf die Spezialisierung. Die anschließende Zielposition der Trainees ergibt sich aus den Stärken und Neigungen der Trainees und den Bedürfnissen der Bank.

Seit Ende 2009 können sich Interessierte über ein E-Recruiting-Tool direkt online über die Homepage der TeamBank bewerben. Weiterentwicklungen wird eine hohe Bedeutung zugeschrieben. Im Berichtsjahr lag der Schwerpunkt auf der Vertriebsschulung „B2B-Spitzenkompetenz“. Im Fokus stand dabei das erfolgreiche Beziehungsmanagement.

Ertragslage

| In Mio. Euro | IST 2008 | IST 2009 |
|-------------------------------------|-------------|-------------|
| Zinsergebnis | 313,8 | 324,3 |
| Provisionsergebnis | -56,6 | -56,9 |
| Rohertrag | 257,2 | 267,4 |
| Verwaltungsaufwand (inkl. AfA) | -165,5 | -152,0 |
| Sonstiges betriebliches Ergebnis | 17,1 | 10,9 |
| Risikovorsorge | -70,0 | -83,4 |
| Betriebsergebnis vor Steuern | 38,8 | 42,9 |
| CIR | 60% | 55% |

Cost-Income-Ratio (CIR)



Das Zinsergebnis in Höhe von 324,3 Mio. Euro (2007: 313,8 Mio. Euro) übertraf das Vorjahresniveau. Die Zunahme ist im Wesentlichen auf den gestiegenen Bestand easyCredit zurückzuführen. Im Zinsertrag und im Zinsaufwand sind Effekte aus Sicherungsgeschäften (Zinsswaps) enthalten.

Die Provisionsleistungen an Partnerbanken inklusive der in Anspruch genommenen Marktbearbeitungsprämie lagen 2009 bei 155,1 Mio. Euro (2008: 132,0 Mio. Euro). Exklusive der Marktbearbeitungsprämie konnten die Provisionsleistungen auf 137,9 Mio. Euro (2008: 112,4 Mio. Euro) gesteigert werden. Das Provisionsergebnis war mit -56,9 Mio. Euro auf Vorjahresniveau (2008: -56,6 Mio. Euro).

Der geringere Verwaltungsaufwand resultiert aus Effekten der Übertragung der Pensionsverpflichtungen auf externe Versorgungsträger sowie fortgeführtem und nachhaltigem Kostenmanagement. 2008 waren die laufenden Rentenzahlungen sowie höhere Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen in Vorbereitung auf die Anfang 2009 durchgeführten Übertragung der Pensionsverpflichtungen enthalten.

Die Cost-Income-Ratio konnte 2009 durch geringeren Verwaltungsaufwand bei deutlich gestiegenem easyCredit-Bestand weiter verbessert werden.

Eine weiterhin umsichtige Risikopolitik auf Grundlage der laufend weiterentwickelten Steuerungssysteme ist ein wesentlicher Garant des Erfolges der TeamBank. Ein deutlich gesteigener Forderungsbestand sowie die Folgewirkungen der konjunkturellen Entwicklung führten zu einem auf -83,4 Mio. Euro gestiegenen Risikoergebnis (2008: -70,0 Mio. Euro). In einem schwierigen Marktumfeld wurde eine Verbesserung der Bonitätsklassenverteilung erzielt.

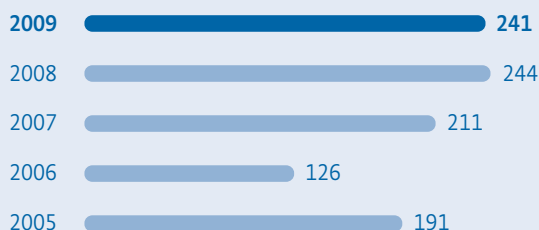
Es wurden Maßnahmen eingeleitet, um Auswirkungen der Rezession entgegenzuwirken. Beispielsweise wurden zusätzliche Ratenflexibilisierungsmöglichkeiten für die Kunden angeboten.

Das Zinsergebnis nach Risikovorsorge lag mit 240,9 Mio. Euro knapp unter dem Vorjahresniveau (2008: 243,8 Mio. Euro).

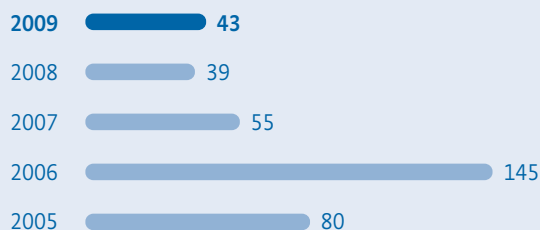
Das sonstige betriebliche Ergebnis in Höhe von 10,9 Mio. Euro (2008: 17,1 Mio. Euro) enthält vor allem Erträge aus Vorjahren (v. a. Auflösung von Rückstellungen). 2009 sind die Effekte aus der Übertragung der Pensionsverpflichtungen mit 75,2 Mio. Euro in den sonstigen betrieblichen Erträgen und mit 75,9 Mio. Euro in den sonstigen betrieblichen Aufwendungen berücksichtigt.

Das Jahresergebnis vor Steuern und Gewinnabführung liegt mit 42,9 Mio. Euro trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen über dem Vorjahresniveau. Insgesamt werden gemäß Gewinn- und Teilgewinnabführungsverträgen innerhalb des Finanzverbunds 39,9 Mio. Euro an Gewinnen abgeführt.

Zinsergebnis nach Risikovorsorge (ohne § 340f HGB) in Mio. Euro



Jahresergebnis vor Steuern in Mio. Euro



2006 / 2007: enthalten Effekte aus Veräußerung des Geschäftsbereichs Niederlassungen und Dienstleistungsvertrag mit neuem Eigentümer

Finanzlage

Die geordnete Finanzlage der TeamBank dokumentiert sich in der guten Eigenkapitalausstattung (die Kennziffer gem. SolvV Basel II beträgt 12,2 Prozent), die ausreichend Freiraum für das Wachstum des easyCredit-Geschäfts bietet.

Die Refinanzierung des Geschäfts wird durch die DZ BANK AG jederzeit sichergestellt. Im Rahmen der Refinanzierung ist weiterhin der verstärkte Einsatz von Bankengeldern bei gleichzeitiger Reduzierung der SWAP-Volumina vorgesehen.

Die Liquiditätslage war zum Bilanzstichtag und während des abgelaufenen Geschäftsjahres jederzeit geordnet. Die aufsichtsrechtlichen Vorschriften zur Liquiditätsausstattung wurden beachtet.

Vermögenslage

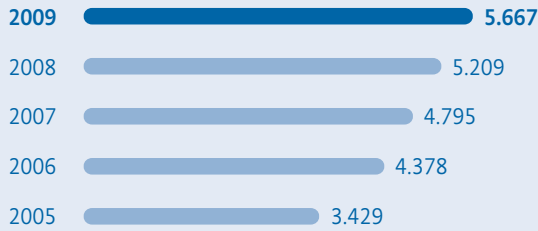
| In Mio. Euro | IST 2008 | IST 2009 |
|--|----------------|----------------|
| Barreserve | 0,0 | 1,4 |
| Forderungen an Kreditinstitute | 216,2 | 18,7 |
| Forderungen an Kunden | 4.933,2 | 5.602,2 |
| Sonstige Aktiva | 59,5 | 44,6 |
| Aktiva | 5.208,9 | 5.666,9 |
| Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten | 3.305,4 | 3.752,0 |
| Verbindlichkeiten ggü. Kunden | 70,3 | 17,7 |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 45,9 | 54,5 |
| Sonstige Passiva (insb. Kreditspesen RK) | 1.443,2 | 1.498,6 |
| Eigenkapital | 344,1 | 344,1 |
| Passiva | 5.208,9 | 5.666,9 |

Die Forderungen an Kunden stiegen in 2009 weiter deutlich auf 5.602,2 Mio. Euro (2008: 4.933,2 Mio. Euro) und haben einen Anteil von 99 Prozent (2008: 95 Prozent) an der Bilanzsumme.

Vornehmlich durch die Steigerung der Kundenforderungen easyCredit konnte die Bilanzsummenerhöhung um 9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf 5.666,9 Mio. Euro (2008: 5.208,9 Mio. Euro) erreicht werden.

Die Zunahme der Verbindlichkeiten ggü. Kreditinstituten resultiert aus der Refinanzierung des easyCredit über Bankengelder der DZ BANK AG.

Bilanzsumme in Mio. Euro



In den sonstigen Passiva ist die Kreditspesenabgrenzung des easyCredit in Höhe von 1.327,9 Mio. Euro (2008: 1.173,9 Mio. Euro) enthalten.

Im Vergleich zum Vorjahr sind die Höhe und die Zusammensetzung des Eigenkapitals unverändert. Das Grundkapital beträgt 60,4 Mio. Euro, die stillen Einlagen betragen 230,0 Mio. Euro und die offenen Rücklagen 53,7 Mio. Euro. Ergänzt wird diese Eigenkapitalbasis durch den Fonds für allgemeine Bankrisiken (§ 340g HGB) in Höhe von unverändert 12,5 Mio. Euro.

Das aufsichtsrechtliche Kernkapital, gekürzt um immaterielle Anlagewerte (Software 13,8 Mio. Euro), beträgt 342,8 Mio. Euro; dieses wird verstärkt durch anrechenbare Nachrangverbindlichkeiten in Höhe von 86,5 Mio. Euro (2008: 88,1 Mio. Euro).

Die wirtschaftliche Lage der TeamBank stellt sich somit insgesamt als sehr solide dar.

Nachtragsbericht

Die TeamBank und die Partnerbanken sind erneut Vorreiter in Sachen Fairness und Transparenz. Anfang 2010 hat die TeamBank entschieden, zukünftig auf die Erhebung einer Bearbeitungsgebühr (in der Vergangenheit 3% der Nettokreditsumme) zu verzichten.

Risikobericht

Beschreibung der risikopolitischen Grundsätze und der Risikostrategie

Die risikopolitischen Grundsätze der TeamBank enthalten die übergeordneten Vorgaben für den Umgang mit Risiken und bilden die Grundlage für die Ausgestaltung des Risikomanagementsystems.

Das Eingehen von Risiken ist Bestandteil des Bankgeschäfts und Grundlage für das Erzielen von Erträgen. Die Bank geht Risiken gezielt und kontrolliert grundsätzlich nur dann ein, wenn dies zur Erreichung der geschäftspolitischen Ziele erforderlich ist und risikoadäquate Erträge erwirtschaftet werden können. Dies erfolgt unter Beachtung der Renditeziele der Bank und findet seinen Ausdruck in der Entwicklung der Kennziffer Return on Risk-Adjusted Capital (RORAC). Risiken werden insbesondere dort eingegangen, wo auch entsprechende Kompetenzen vorhanden sind und besonderer Bezug zur Strategie besteht.

Die Risiken werden identifiziert, beurteilt, gesteuert sowie überwacht und kommuniziert. Sie müssen adäquat mit ökonomischem und regulatorischem Kapital unterlegt sein. Das Risikomanagementsystem gewährleistet dabei die Früherkennung und Quantifizierung von Risiken. Es ist ein integraler Bestandteil der Unternehmenssteuerung der TeamBank.

In den risikopolitischen Grundsätzen sind auch der Grundgedanke der Fairness, der Umgang mit der Marke „easyCredit“ sowie die Verantwortung aller Mitarbeiter für einen bewussten Umgang mit den Risiken des Unternehmens verankert.

Die weitere Konkretisierung dieser Grundsätze erfolgt in separaten Risikostrategien für das Kreditrisiko, das Marktpreisrisiko, das strategische Risiko und das operationelle Risiko.

Die Kreditrisikostrategie beinhaltet als Zielgruppe für den Verkauf von Krediten Privatpersonen, als Vertriebswege Volks- und Raiffeisenbanken, easyCredit-Shops, das Internet sowie den Brief- und Telefonkredit, das geographische Verkaufsgebiet mit Deutschland und Österreich, die Ausgestaltung der Produkte (easyCredit und easyCredit-Card), die Verfahren und Methoden der Risikobehandlung (siehe Abschnitt Adressausfallrisiko (spezielle Vorgaben)), die Verantwortlichkeiten im Risikomanagementprozess, die Risikomessung sowie die Verfahren zur Ermittlung des regulatorischen und ökonomischen Kapitals.

In der Marktpreisrisikostrategie wird geregelt, dass die TeamBank aktiv keine Aktien-, Fremdwährungs- und Rohwarenpositionen eingeht. Inkongruenzen zwischen aktivischen und passivischen Zahlungsströmen (ausgehend vom verabschiedeten Refinanzierungszielbild) werden auf ein Minimum begrenzt und die Risikomessung wird auf der Basis eines Value-at-Risk-Ansatzes vorgenommen.

Die Leitlinie für strategische Risiken beinhaltet neben dem strategischen Risiko auch das Geschäfts- und Reputationsrisiko. Die Steuerung des strategischen Risikos erfolgt mit Hilfe von regelmäßig erstellten Szenarioanalysen unter Beachtung der strategischen Vorgaben im Rahmen der Mehrjahresplanung. Weiterhin wird die Risikoidentifikation über die mittel- und langfristige auf das Geschäftsmodell der TeamBank wirkenden Parameter vorgenommen, die sich aus der Veränderung von Märkten, dem Kundenverhalten oder der Wettbewerbssituation ergeben. Die Risikomessung wird mittels eines Pauschalansatzes durchgeführt.

Die Risikostrategie für das operationelle Risiko beschreibt den grundsätzlichen Umgang mit diesem Risiko, detailliert den Risikomanagementprozess, skizziert die Aufbauorganisation, die Verantwortlichkeiten und zeigt die Verfahren zur Risikobehandlung auf.

Risikoarten Das Adressausfallrisiko ist die bedeutendste Risikoart für die TeamBank. Es resultiert aus dem Retailgeschäft (Verkauf des easyCredit und der easyCredit-Card). Daneben entstehen Marktpreisrisiken als Zinsänderungsrisiko sowie als Beteiligungsrisiko aus einer Kapitalbeteiligung, die zur Unterstützung der Geschäftsstrategie gehalten wird. Schließlich sind Liquiditätsrisiken, operationelle Risiken, Geschäfts- und strategische Risiken mit jeder unternehmerischen Tätigkeit verbunden und daher für die TeamBank bedeutsam.

Risikomanagementsystem Das Risikomanagementsystem der TeamBank besteht aus der Risikosteuerung, dem Risikocontrolling und der internen Revision, wobei die verantwortlichen Bereiche organisatorisch und funktional getrennt sind. Die vom Vorstand verabschiedeten und im Aufsichtsrat behandelten Strategien stellen die Basis für das operative Risikomanagement dar. Das Risikosteuerungssystem selbst verantwortet der Vorstand der TeamBank.

Die Risikosteuerung erfolgt je nach Risikoart in allen Fachbereichen. Durch die Definition von Maßnahmen zur Vermeidung, Minderung, Verlagerung und Übernahme von Risiken im Rahmen der internen und aufsichtsrechtlichen Vorgaben werden die Risiken bewusst gesteuert.

Der Bereich Aktiv- / Passivmanagement ist für die Steuerung des Emittenten- und Kontrahentenrisikos, des Marktpreisrisikos und des Liquiditätsrisikos verantwortlich. Im Bereich Risikomanagement wird das Kreditrisiko gesteuert. Das Management der operationellen Risiken erfolgt in allen Bereichen. Um diese Aufgabe wirksam wahrnehmen zu können, sind die Fachbereiche mit den dafür nötigen Systemen und der nötigen Personalkapazität ausgestattet.

Das Risikocontrolling als risikoüberwachende Einheit ist zuständig für die transparente Darstellung der eingegangenen Risiken, die Planung und Überwachung der Limite, die Risikomessmethoden und -prozesse sowie die Berichterstattung, insbesondere an den Vorstand, den Aufsichtsrat und die DZ BANK AG.

Die Sicherung der Funktionsfähigkeit sowie die Wirksamkeit des Steuerungs- und Überwachungssystems werden durch eine jährliche Angemessenheitsprüfung gewährleistet. Anpassungen erfolgen auch auf Grund aktueller wirtschaftlicher Gegebenheiten und der Aktualisierung des Aufsichtsrechts.

Die interne Revision leistet im Prozess der Risikosteuerung einen Beitrag zur Risikoidentifikation und ist somit ein wesentlicher Bestandteil des Risikomanagementsystems der TeamBank. Insbesondere sind die definierten Prozesse und Arbeitsabläufe, die Einhaltung der Kompetenzregelungen und das Steuerungssystem selbst Gegenstand der Prüfung durch die Revision. Die Umsetzung der aufsichtsrechtlichen Anforderungen wird von der Revision ebenso regelmäßig überprüft.

Risikoberichterstattung und Risikohandbuch In einem übergeordneten Risikotragfähigkeitsbericht wird monatlich die Gesamtentwicklung des Risikoprofils der TeamBank an den Vorstand berichtet. Dieser bildet die Grundlage für eine ökonomische Risikokapitalsteuerung.

Darüber hinaus wird für die einzelnen Risikoarten ein je nach Risikoart ausgestaltetes Berichtswesen für den Vorstand und die zweite Führungsebene erstellt. Die Bereitstellung der Informationen erfolgt für das Kreditrisiko monatlich, das operationelle Risiko quartalsweise mit einem monatlichen Kurzbericht an den Vorstand sowie für das Marktpreis- und das Liquiditätsrisiko täglich.

Im Kreditrisiko wird über die Entwicklung der Wertberichtigung, des Kreditbestandes, des Kreditverkaufs sowie relevanter Risikoparameter wie zum Beispiel die Entwicklung der Ratingklassen im Portfolio oder der Kündigungsprognose berichtet. Im Marktpreisrisiko wird auf den gemessenen Value-at-Risk (VaR) eingegangen. Der Bericht für das operationelle Risiko enthält die aktuelle Schadensentwicklung, Risiken, Risikoindikatoren, Maßnahmen und die regulatorische Eigenkapitalanforderung. Im Liquiditätsrisikobericht steht die Liquiditätskennzahl gemäß Liquiditätsverordnung ebenso im Fokus wie die kurzfristige und strukturelle Liquiditätssituation der Bank.

Die Berichterstattung gegenüber dem Aufsichtsrat erfolgt ausführlich zu den vier Sitzungsterminen pro Jahr. Daneben erhält der Aufsichtsrat die vierteljährlichen Konzern Risikoberichte sowie der Aufsichtsratsvorsitzende einen kurzen monatlichen Bericht über die Geschäftsentwicklung der Bank.

Darüber hinaus ist die TeamBank in die Risikoberichterstattung des DZ BANK-Konzerns eingebunden.

Das Risikohandbuch der TeamBank, das allen Mitarbeitern zur Verfügung steht, enthält neben dem Rahmenwerk des Risikomanagements und der Steuerung der Risikoarten Darstellungen zu Methoden, Prozessen, Berichten und Verantwortlichkeiten.

Umsetzung der zweiten MaRisk-Novelle Die MaRisk wurden zum 14. August 2009 novelliert. Die neuen Anforderungen erstrecken sich insbesondere auf die Vergütungssysteme (durch Rundschreiben 22 / 2009 der BaFin ersetzt), die Betrachtung von Risikokonzentrationen, die Stresstestmethoden, den Ausbau des Liquiditätsrisikomanagements und die stärkere Einbindung des Aufsichtsorgans.

In der TeamBank wurden die neuen Anforderungen zum größten Teil in 2009 umgesetzt. Der Vorstand hat für die noch offenen MaRisk-Anforderungen einen Umsetzungsplan für das 1. Halbjahr 2010 beschlossen.

Nachwirkungen der Finanzmarktkrise Die TeamBank hat auf die Auswirkungen der durch die Finanzmarktkrise entstandenen Rezession reagiert und Gegensteuerungsmaßnahmen eingeleitet. So wurde krisenbedingten Zahlungseingängen der Kunden – überwiegend verursacht durch Kurzarbeit – durch zusätzliche Ratenflexibilisierungsmöglichkeiten (Stundung,

Laufzeitverlängerung, Überbrückungsrate), effektivere Mahnprozesse und eine Optimierung der Mahntelefonie begegnet. Weiterhin wurde zu Beginn des Jahres 2009 der easyCredit-Verkauf im Marktgebiet Deutschland in Ratingklassen mit höherer Ausfallwahrscheinlichkeit eingeschränkt. Die Einstellung des Kreditverkaufs in diesen Ratingklassen wird sich mit verzögertem Effekt ab dem Jahr 2010 positiv auf den Kreditausfall auswirken. Neben diesen Maßnahmen werden die konjunkturellen Parameter der Rezession und hierbei insbesondere die Arbeitslosigkeit regelmäßig beobachtet und deren Auswirkungen in der Planung der Risikovorsorge konservativ berücksichtigt.

Risikokapitalmanagement

Management der ökonomischen Kapitaladäquanz Das ökonomische Kapitalmanagement basiert auf der Messung des Risikokapitalbedarfs für alle wesentlichen Risikoarten.

Die Bewertung von Risiken erfolgt für die einzelnen Risikoarten durch die Berechnung des erwarteten und unerwarteten Verlustes. Der unerwartete Verlust wird als Risikokapitalbedarf in der Risikotragfähigkeitsanalyse ausgewiesen.

Im Rahmen der Risikotragfähigkeitsanalyse wird der Risikokapitalbedarf der Risikodeckungsmasse und der Verlustobergrenze gegenübergestellt und die ökonomische Kapitaladäquanz ermittelt. Die Verlustobergrenze ist geringer als die Risikodeckungsmasse und stellt ein Gesamtlimit für den Risikokapitalbedarf dar. Sie wird im Rahmen des jährlichen Planungsprozesses – ausgehend von den geplanten Geschäftsaktivitäten – vom Vorstand festgelegt. In der Planung wird auch das angestrebte Risk-Return-Verhältnis beachtet. Anschließend wird die Verlustobergrenze auf die einzelnen Risikoarten der TeamBank verteilt.

Neben der Berechnung für den aktuellen Stichtag wird eine Projektion der Risikotragfähigkeit für den nächsten Monatsultimo durchgeführt und das Ergebnis als Auslastungskennziffer berichtet. Daneben wird regelmäßig eine Prognoserechnung erstellt, die den Zeitraum bis zur Limitausschöpfung ermittelt.

Die Messung des Risikokapitalbedarfs wird ergänzt durch Stresstests. So wird überprüft, ob selbst bei extremen Ereignissen ausreichend Risikodeckungsmasse zur Schadensabdeckung im Verlustfall vorhanden ist. Stresstests werden auf das gesamte Risikoprofil und in allen Risikoarten separat angewendet, um weitere Erkenntnisse über die Stabilität des Risikoprofils zu erhalten.

Über die Risikotragfähigkeit hinaus wird aus dem Risikokapitalbedarf mit Hilfe der Kennzahlen Return on Risk-Adjusted Capital (RORAC) und Economic Value Added (EVA) die risikoadjustierte Performance errechnet, die als wesentliche Steuerungskennzahlen in die Gesamtbanksteuerung eingehen.

Management der aufsichtsrechtlichen Kapitaladäquanz Die TeamBank verwendet für das Adressausfallrisiko überwiegend den auf internen Ratings basierenden Ansatz (IRBA) und für das operationelle Risiko den Standardansatz gemäß KWG und Solvabilitätsverordnung.

Die TeamBank ist gemäß den aufsichtsrechtlichen Solvabilitätsanforderungen in das regulatorische Kapitalmanagement des DZ BANK-Konzerns eingebunden.

Die Risikoarten im Einzelnen

Allgemeine Vorgaben für die einzelnen Risikoarten

Inhaltliche Abgrenzung der Risikoart (Definition)

Das Adressausfallrisiko enthält das Kreditrisiko, Emittenten- und Kontrahentenrisiko sowie das Länderrisiko. Das Marktpreisrisiko setzt sich zusammen aus Zinsänderungsrisiko, Aktienkursrisiko und Spreadrisiko. Weiterhin werden das operationelle Risiko, das Beteiligungsrisiko, das Liquiditätsrisiko sowie Geschäfts- und strategische Risiken (inkl. Reputationsrisiko) betrachtet. Einzig das Beteiligungsrisiko ist nicht wesentlich und wird im Folgenden nicht weiter dargestellt.

Quantifizierung des Risikos

Risikoquantifizierung

Für die Ermittlung des Risikokapitalbedarfs werden das Adressausfallrisiko, das Marktpreisrisiko, das operationelle Risiko, das Beteiligungsrisiko und das Geschäfts- und strategische Risiko gemessen. Beim Adressausfallrisiko und beim Marktpreisrisiko ist der zu ermittelnde Risikokapitalbedarf als Value-at-Risk mit einer Haltedauer von einem Jahr und einem Konfidenzniveau von 99,95 Prozent dargestellt. Beim operationellen Risiko wird die Eigenkapitalanforderung nach dem Standardansatz als Risikokapitalbedarf herangezogen. Das Geschäfts- und strategische Risiko wird pauschal bewertet. Das Beteiligungsrisiko wird berechnet als pauschaler, aus Volatilitäten abgeleiteter Abschreibungssatz. Die einzelnen Werte der Risikoarten werden unter Berücksichtigung von Diversifikationseffekten zum gesamten Risikokapitalbedarf aggregiert.

Verweis auf die Risikotragfähigkeit

Die zuletzt genannten Risikoarten finden Eingang in die Risikotragfähigkeitsanalyse. Zusätzlich wird über eine Korrelationsmatrix der Risikoarten der Portfolioeffekt berechnet. Lediglich das Liquiditätsrisiko wird nicht in der Risikotragfähigkeitsanalyse abgebildet, weil es auf Grund seiner Eigenart nicht sinnvoll durch Risikodeckungspotenzial begrenzt werden kann.

Angewandte Verfahren zur Quantifizierung

Das Adressausfallrisiko wird gemessen mit dem Kreditrisikomodell von Vasicek. Die dazu erstellte Verlustverteilung erlaubt es, das Risiko mit einem Konfidenzniveau von 99,95 Prozent und einer Haltedauer von einem Jahr zu berechnen.

Das Marktpreisrisiko (Zinsänderungsrisiko) wird mittels „Historischer Simulation“ bei einer Haltedauer von 10 Handelstagen und einem Konfidenzniveau von 99 Prozent gemessen. Für die Risikotragfähigkeitsanalyse wird auf das Konfidenzniveau von 99,95 Prozent und die Haltedauer von einem Jahr hochskaliert.

Adressausfallrisiko (spezielle Vorgaben) Als Adressausfallrisiken bezeichnet die TeamBank mögliche Verluste, die durch den Ausfall oder durch Bonitätsverschlechterung von Adressen entstehen. Wesentliches Indiz ist hierbei das nicht vertragskonforme Verhalten eines Kunden bzgl. seiner Verpflichtungen (Kapitaldienst).

Diese Risikoart kann grundsätzlich die Erscheinungsformen Kreditrisiko, Kontrahentenrisiko, Emittentenrisiko sowie Länderrisiko umfassen, wobei die TeamBank keine Länderrisiken und kein wesentliches Emittenten- und Kontrahentenrisiko zu verzeichnen hat. Das Kreditrisikomodell für die Messung des Credit Value-at-Risk (CVaR) verwendet die historischen Ausfall- und Verlustraten im Kreditgeschäft, um die Ausfallwahrscheinlichkeiten, Verlustquoten sowie die Assetkorrelation zu bestimmen. Damit wird mit Hilfe eines Faktormodells eine Verlustverteilungsfunktion erzeugt und der CVaR errechnet. Anhand der Verlustverteilung wird dann der unerwartete Verlust (Konfidenzniveau 99,95 Prozent) abgeleitet, der mit Risikodeckungsmasse hinterlegt und limitiert wird. Auf Basis des Modells ergibt sich per 31. Dezember 2009 für das Adressausfallrisiko ein CVaR in Höhe von 252,3 Mio. Euro (Vorjahr: 231,9 Mio. Euro).

Die Bewertung des erwarteten Verlustes erfolgt für das Adressausfallrisiko mit Hilfe des Wertberichtigungssystems.

Für die Bewertung von Risikokonzentrationen werden für das Kreditrisiko verschiedene Konzentrationsmaße verwendet. Diese Kennzahlen fallen in die Klasse der heuristischen Kennzahlen und werden auf Gesamtportfolioebene sowie für mehrere Segmentierungen bestimmt. Die Konzentrationen bei Produkten und Vertriebswegen sind im DZ BANK Konzern strategisch beabsichtigt, da sich die TeamBank als Ratenkreditexperte im genossenschaftlichen FinanzVerbund präsentiert. Aus den Messungen ergeben sich keine weiteren Risikokonzentrationen.

Die aktive Steuerung der Kreditrisiken basiert beim easyCredit und der easyCredit-Card auf einem fest definierten Steuerungskreislauf. Ausgehend von der verabschiedeten Kreditrisikostrategie der Bank werden alle wesentlichen Steuerungsparameter auf Grundlage vorgegebener Reports laufend analysiert. Über ein Backtesting wird die Kreditausfallprognose überwacht. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse führen, falls erforderlich, zur Anpassung der Verkaufs- und Risikopolitik oder aber auch zu Veränderungen von Bonitätsparametern. In diesem Fall werden die Parameter der Scorecards für den Verkauf von Krediten ggf. neu festgelegt (u. a. Einkommenssituation, Verschuldungsgrenze).

Das zentrale Instrument der Bank zur Steuerung der Risiken beim easyCredit ist hierbei ein Basel II-konformes Ratingsystem, mit dem der easyCredit-Verkauf zu 100 Prozent maschinell entschieden wird. Basierend auf einer Verkaufsscorecard mit hoher statistischer Trennschärfe sind 15 Ratingklassen mit korrespondierenden Ausfallwahrscheinlichkeiten definiert, die ein kundenindividuelles, risikoorientiertes Pricing erlauben. Mit der Verhaltens-Scorecard für den easyCredit wird eine monatliche Bestandsbewertung des Portfolios durchgeführt. Die Qualität der Scorecards wird laufend mit Hilfe geeigneter Backtesting-Verfahren überwacht. Die Validierung erfolgt mindestens einmal jährlich.

Die erwähnte Kreditausfallprognose (Verweildaueranalyse) erlaubt eine Prognose für das Ausfallverhalten über die gesamte Laufzeit eines Kredites. Die Ausfallwahrscheinlichkeiten werden durch einen speziellen Modelltyp aus dem Gebiet der statistischen Survival Analysis geschätzt, der unter den Namen Proportional-Hazard- oder auch Cox-Regressionsmodell bekannt ist. Die Ausfallwahrscheinlichkeiten werden hierbei auf Stück- und auf Volumenbasis über die gesamte Kreditlaufzeit ermittelt.

Die Berechnung der Wertberichtigungen in der TeamBank folgt dem Prinzip der pauschalierten Einzelwertberichtigung und basiert auf der Ermittlung des erwarteten Verlustes für das Kreditportfolio. Das Verfahren zeichnet sich dadurch aus, dass die Bildung von Wertberichtigung auf den Ausfallprognosen aus den Scorecards und der Verweildaueranalyse aufsetzt. Zusätzlich wurden in dem Verfahren Schätzungen über die Verlustquoten der Kredite abhängig von verschiedenen Merkmalen berücksichtigt. So wird hier beispielsweise unterschieden nach den verschiedenen Mahnstufen, in denen sich ein Kredit befindet. In die Schätzung der Verlustquote fließen außerdem Kriterien wie die bereits getilgte Kreditsumme, der Zeitraum nach Kündigung sowie das Zahlungsverhalten der letzten 12 Monate ein. Damit wird insgesamt eine zeitnahe Bildung von Risikovorsorge nach monatlich beobachtbaren Veränderungen des Portfolios und der Einzelkredite ermöglicht.

Das Wertberichtigungsverfahren ist eingebettet in einen stringenten Mahn- und Kündigungsprozess. Dieser ist ausgerichtet auf den fairen Umgang mit dem Kunden. Dies bedeutet, dass bei Einhaltung bestimmter Voraussetzungen von Seiten der TeamBank auf den gerichtlichen Mahnprozess verzichtet wird.

Zur Begrenzung potenzieller Emittenten- und Kontrahentenrisiken aus der Anlage überschüssiger Liquidität und dem Einsatz von Zinsderivaten werden im Wesentlichen zwei Instrumente eingesetzt:

1. Kreditanalyse

Sämtliche Handelspartner/Emittenten unterliegen detaillierten Bonitätsanalysen, die auf Daten der DZ BANK AG, Frankfurt am Main, basieren und mit Blick auf die Anforderungen der TeamBank konkretisiert und angewandt werden.

2. Limitsystem

Die Limitierung der Handelslinien je Emittent/Kontrahent begrenzt potenzielle Ausfallrisiken. Die Genehmigung der Linien erfolgt durch den Gesamtvorstand.

Liquiditätsrisiken (spezielle Vorgaben) Unter Liquiditätsrisiken fasst die Bank die zwei Erscheinungsformen Abrufisiko (die Bank kann im Zeitpunkt der Fälligkeit ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen; „Liquiditätsrisiko im engeren Sinne“) und Refinanzierungsrisiko (die Bank kann sich bei Bedarf keine ausreichende Liquidität zu den erwarteten Konditionen beschaffen).

Die Liquiditätsrisiken werden laufend im Bereich „Aktiv-Passiv-Management“ mit Blick auf die jederzeitige Zahlungsfähigkeit sowie Einhaltung der Liquiditätskennzahl gemäß Liquiditätsverordnung gesteuert. Die TeamBank hat für die tägliche Liquiditätssteuerung und die Sicherstellung der jederzeitigen Zahlungsfähigkeit ausreichend Zugang zu kurzfristiger Liquidität über die

DZ BANK AG, Frankfurt am Main; daneben steht der Bank die Refinanzierung über eine Spitzenrefinanzierungsfazilität offen. Die Eckpunkte der Liquiditätssteuerung sowie die laufenden Einzelvorhaben werden von einem bereichsübergreifenden Gremium monatlich unter direkter Beteiligung des Gesamtvorstands beschlossen.

Die Refinanzierung der TeamBank war in 2009 durch die stabile Situation im DZ BANK-Konzern und die klare Fokussierung auf den easyCredit zu keinem Zeitpunkt gefährdet.

Die Überwachung der Liquiditätsrisiken ist in das Risikocontrolling integriert. Als Kontrollinstrument wird – neben der Einhaltung der aufsichtsrechtlichen Bestimmungen – ein täglicher Liquiditätsbericht erstellt, der den Liquiditätsverlauf der nächsten drei Monate auf Tagesbasis darstellt.

Die Liquiditätskennzahl gemäß Liquiditätsverordnung beträgt 1,24 per 31.12.2009.

Marktrisiken (spezielle Vorgaben) Unter Marktpreisrisiko versteht die TeamBank den potenziellen Verlust, der durch die Veränderung von Preisen an Finanzmärkten für ihre bilanziellen und außerbilanziellen Positionen entstehen kann. Diese Risikoart umfasst grundsätzlich die Risikofaktoren Zins, Creditspread, Aktienkurs, Wechselkurs sowie Rohwaren (jeweils einschließlich der zugehörigen Optionsrisiken). Für die TeamBank waren im Geschäftsjahr 2009 Zinsänderungsrisiken und in sehr geringem Umfang Aktienkursrisiken relevant.

Als Nichthandelsbuchinstitut resultieren die Zinsänderungsrisiken für die Bank ausschließlich aus Inkongruenzen zwischen aktiven und passiven Zahlungsströmen im Anlagebuch. Die TeamBank misst für die tägliche Marktpreisrisikoüberwachung diese Risiken auf Basis eines Value-at-Risk-Ansatzes. Der Value-at-Risk quantifiziert mit einem Konfidenzniveau von 99,0 % den maximalen Verlust, der durch Marktpreisveränderungen während einer Haltedauer von zehn Tagen entstehen kann. Das Modell zur Errechnung des VaR generiert eine Barwertverteilung des Gesamtzahlungsstroms mittels historischer Simulation auf Basis der letzten 250 Zehn-Tages-Veränderungen der Zinsstruktur. Zur Bestimmung der offenen Zinspositionen werden intern definierte Modellbücher berücksichtigt. Im Rahmen der Risikotragfähigkeit wird der Marktpreisrisiko-Value-at-Risk auf ein Konfidenzniveau von 99,95 % und eine Haltedauer von einem Jahr umgerechnet, um alle Risikoarten vergleichbar zu machen und aggregieren zu können.

Im Berichtsjahr wurden derivative Finanzinstrumente zur Begrenzung von Zinsänderungsrisiken eingesetzt. Bei den eingesetzten Derivaten handelt es sich um Zinsswaps mit einem Nominalvolumen von 2.484 Mio. Euro (Vorjahr: 3.325 Mio. Euro) am Bilanzstichtag. Bei den Kontrahenten im Swaphandel handelt es ausschließlich um Kreditinstitute im Inland und insbesondere die Konzernmutter.

Ein Creditspreadrisiko wie im Jahre 2008 war im Jahr 2009 nicht zu beobachten. Der Creditspread verringerte sich im Laufe des Jahres und die Volatilität nahm ab. Durch die stark verbundorientierte Ausrichtung in diesem Bereich konnte eine Reduktion der Refinanzierungskosten erreicht werden.

Die Steuerung der Risikopositionen erfolgt über ein VaR-Limit für zinsbezogene Positionen. Generell unterliegen alle Marktpreisrisiken einer laufenden Messung und Limitüberwachung durch das Risikocontrolling und werden von diesem regelmäßig sowohl an den Vorstand der Bank berichtet als auch an das Konzern-Risikocontrolling zur Information weitergeleitet.

Es ist Strategie der Bank, Inkongruenzen zwischen aktivischen und passivischen Zahlungsströmen gering zu halten. Das gemessene Risiko (VaR) beträgt per 31.12.2009 10,5 Mio. Euro (Vorjahr: 28,6 Mio. Euro). An der Veränderung im Vergleich zum Vorjahr zeigt sich die Beruhigung der Lage an den Kapitalmärkten. Im Geschäftsjahr 2009 wurde das Limit für die Marktpreisrisiken jederzeit eingehalten.

Ergänzend führt die TeamBank für Zinsänderungsrisiken das Stresstesting nach Basel II durch (Zinskurvenverschiebung von +130 / -190 Basispunkten). Die Wirkung liegt im laufenden Jahr wie im Vorjahr weit unter dem von der Aufsicht vorgegebenen Höchstwert.

Für die ökonomischen Stresstests werden verschiedene Simulationen durchgeführt:

- Für das Zinsänderungsrisiko Veränderung bei Kurzfristzins, parallele Veränderung sowie Drehung als Zinssatzerhöhung / Zinssatzsenkung,
- Für das Aktienkursrisiko weltweiter Aktienkursrutsch / Aktienkursanstieg.

Die Ergebnisse dieser Stresstests sind Teil der Risikoberichterstattung.

In 2009 wurde ein neues, auf Standardverfahren basierendes Treasurysystem eingeführt. Damit wurde eine Modernisierung der Infrastruktur für die Risikomessung erreicht und die Qualität der Berichterstattung nachhaltig verbessert.

Die Bank hat im Jahre 2009 ihre Refinanzierungsstrategie stärker fristenkongruent ausgerichtet. Während der Umstellung kam es zu einer temporären Erhöhung des Risikos. Deshalb wurde das Marktpreisrisiko im Laufe des Jahres erhöht.

Die eingesetzte Methode zur Risikomessung des Marktpreisrisikos entspricht Best Practice in der Bankenbranche. In 2009 sind keine Überschreitungen im Backtesting aufgetreten.

Marktliquiditätsrisiken (die Bank kann auf Grund einer unzulänglichen Markttiefe oder wegen Marktstörungen Handelsgeschäfte nicht oder nur mit Verlusten auflösen bzw. glattstellen) sind für die TeamBank nicht wesentlich und unterliegen keiner separaten Steuerung. So hat sich der Zinsswapmarkt in der Finanzmarktkrise robust gezeigt. Insbesondere hier wurden keine Marktstörungen beobachtet.

Operationelle Risiken (spezielle Vorgaben) Operationelle Risiken sind gemäß Basel II definiert als „die Gefahr von Verlusten infolge von Unangemessenheit oder des Versagens von internen Verfahren, Menschen und Systemen oder aus externen Ereignissen“. Das Rechtsrisiko ist enthalten, das Reputationsrisiko und das strategische Risiko werden dagegen zusammen mit dem Geschäftsrisiko separat gesteuert.

Die Risikoidentifikation und -quantifizierung in der TeamBank erfolgt über die Schadensfall-Datenbank, in der eingetretene Schäden erfasst werden, über die wiederkehrenden Risikobestandsaufnahmen operationeller Risiken (Self-Assessment), welche jeder Fachbereich in einem regelmäßig wiederkehrenden Prozess ermittelt bzw. aktualisiert sowie über Risikoindikatoren als Teil des Frühwarnsystems.

Die Schadenserfassung ist ab einem Betrag von 1.000 Euro obligatorisch, die Risikoerfassung ist ab einem durchschnittlichen Risikobetrag von 100.000 Euro meldepflichtig an das zentrale Risikocontrolling. Für Schäden und Risiken sind, sofern möglich und wirtschaftlich sinnvoll, Maßnahmen vorzusehen und umzusetzen. Die Maßnahmenumsetzung wird vom Risikocontrolling überwacht.

Der Kapitalbedarf für das operationelle Risiko beläuft sich im Jahre 2009 auf 34,04 Mio. Euro (regulatorischer Kapitalbedarf nach Standardansatz) (Vorjahr: 39,9 Mio. Euro).

Den operationellen Risiken begegnet die TeamBank durch die umfassende Dokumentation der Aufbau- und Ablauf-Organisation inkl. der Beschreibung von Richtlinien, Prozessen und Arbeitsanweisungen. Jeder Mitarbeiter hat eine direkte Zugriffsmöglichkeit darauf via Intranet. Daneben dienen klar definierte Kompetenzen, Vertretungsregelungen und wo nötig Notfallpläne der Risikoreduzierung.

Die Verantwortung der Risikosteuerung operationeller Risiken ist dezentral den jeweiligen Fachbereichen zugeordnet. Die Risikosteuerung erfolgt in jedem Bereich durch den Leiter der Organisationseinheit im Rahmen seiner Kompetenzen. Große Risikopotenziale werden entsprechend dokumentiert und historisiert.

Die Identifikation der Risiken erfolgt in unterschiedlichen Kategorien, in denen alle Ereignisse erfasst werden, die den operativen Betrieb bzw. die Abläufe des Unternehmens beeinträchtigen können. Zu den Kategorien zählen Kreditbetrug, Outsourcing, Personal, Systeme und Technik (z. B. Systemausfall), Prozesse, Projekte, Dokumentation und allgemeine Katastrophen. Die möglichen Folgen aus eingetretenen Risiken bewegen sich zwischen unbedeutenden Verzögerungen bis hin zum Stillstand des Betriebs.

Mit dem Betrugsfallmanagement für das Konsumentenkreditgeschäft begegnet die TeamBank dem Versuch betrügerischer Kreditaufnahmen. Damit ist es möglich, proaktiv vor Kreditauszahlung zur Erkennung des Betrugs durch Identifikation von Betrugsfallmustern beizutragen und den Schaden zu minimieren.

Das Controlling operationeller Risiken wird in der TeamBank zentral im Risikocontrolling wahrgenommen. Die Ergebnisse aus den vorgenannten Instrumenten werden für ein Berichtswesen an Vorstand und den Führungskreis der Bank genutzt. Des Weiteren werden die definierten Risikoindikatoren laufend überwacht und weiterentwickelt.

Sonstige Risiken (spezielle Vorgaben) Das Strategische Risiko bezeichnet die Gefahr von Verlusten, die sich aus Managemententscheidungen zur geschäftspolitischen Positionierung der TeamBank ergeben. Zudem resultieren Strategische Risiken aus unerwarteten Veränderungen der Markt- und Umfeldbedingungen mit negativen Auswirkungen auf die Kosten- und Ertragslage.

Als wichtiger Teilaspekt ist das Geschäftsrisiko enthalten. Dabei handelt es sich um Verlustpotenziale, die entstehen, wenn rückläufige Erträge nicht in gleichem Umfang durch Kostenreduktionen aufgefangen werden können.

Das Strategische Risiko wird über einen Pauschalansatz abgeschätzt, indem die Summe des undiversifizierten Risikokapitalbedarfs aus Marktpreisrisiken, Ausfallrisiken und operationellen Risiken mit einem auf einer empirischen Benchmark-Analyse basierenden Faktor multipliziert wird.

Der Kapitalbedarf für das strategische Risiko beläuft sich per 31. Dezember 2009 auf 32,6 Mio. Euro (31.12.2008: 33,0 Mio. Euro).

Die Risikosteuerung des strategischen Risikos ist originäre Aufgabe des Vorstands der TeamBank.

Ausgehend von einer vorausschauenden Beurteilung von Erfolgsfaktoren und der Ableitung von Zielgrößen wird in der strategischen Planung die Zielrichtung festgelegt. Abgebildet werden hierbei die Finanzplanung, die Kapitalplanung, die Provisionszahlungen an Partnerbanken sowie die strategischen Initiativen. Diese werden im Rahmen der Gesamtbanksteuerung in einem definierten Kennzahlensystem monatlich überwacht und gesteuert.

Die Steuerung selbst erfolgt im Rahmen des operativen unterjährigen Controllingkreislaufs. Mittels der monatlichen Überwachung und Berichterstattung der geschäftlichen Parameter wird das Geschäftsrisiko gesteuert. In diesem Zusammenhang wird die Zielerreichung festgestellt und ggf. Maßnahmen bei Abweichungen vorgeschlagen. Daneben werden die Prämissen der strategischen Planung regelmäßig überprüft.

Zusammenfassende Darstellung der Risikolage

Die regulatorischen Anforderungen an die Solvabilität waren in 2009 jederzeit erfüllt.

Die TeamBank hat sich im Geschäftsjahr 2009 im Rahmen ihrer ökonomischen Risikotragfähigkeit bewegt. Per 31. Dezember 2009 stellt sich die Risikosituation wie folgt dar: Die Gesamtrisikoposition beläuft sich auf 292 Mio. Euro (Vorjahr 288 Mio. Euro); die Risikodeckungsmasse ist dabei wie im Vorjahr zu 52 % ausgelastet.

Die TeamBank war in 2009 von den Nachwirkungen der Finanzmarktkrise nicht direkt betroffen. Um der Rezession und den daraus entstehenden Risiken im Kreditportfolio zu begegnen, wurden Gegensteuerungsmaßnahmen eingeleitet.

Die Risikolage der TeamBank bewegt sich im Rahmen der Vorgaben: Sowohl die einzelnen Risiken als auch die Gesamtdarstellung der Risikotragfähigkeit bewegte sich in 2009 im Rahmen der Limite. Größtes Risiko war und ist das Adressausfallrisiko mit einem Anteil von zuletzt 75% am gemessenen undiversifizierten Risiko.

Die vorhandene Risikodeckungsmasse (inkl. des Eigenkapitals) lag während des gesamten Jahres erheblich über den vorgegebenen Limiten.

Die Nettozuführung zur Risikovorsorge für das Kreditrisiko betrug 83 Mio. Euro (Vorjahr 70 Mio. Euro).

Prognosebericht

Für das Jahr 2010 werden für Deutschland ein moderates Wirtschaftswachstum und eine moderate Inflationsrate prognostiziert. Der Trend steigender Arbeitslosenzahlen wird in 2010 anhalten. Durch die höhere Arbeitslosenquote in Deutschland ist auch bei den Kunden der TeamBank mit einem schlechteren Zahlungsverhalten zu rechnen. Entsprechende Gegensteuerungsmaßnahmen wurden bereits in 2009 aufgesetzt und werden in 2010 fortgeführt.

Für den Konsumentenkreditmarkt, für den die TeamBank eine Stagnation in 2010 erwartet, wird die TeamBank trotz einer weiteren Veränderung im Markt (Marktkonsolidierung) ihr easyCredit-Geschäft auf Grund der initiierten Maßnahmen insbesondere im Partnerbankengeschäft deutlich steigern.

Die TeamBank hat für 2010 Maßnahmen für folgende Handlungsfelder definiert, um die positive Entwicklung zu stützen und voranzutreiben:

- Einführung easyCredit-Card Funktion für das Partnerbankengeschäft
- Fortführung der Ausrichtung und Integration in den genossenschaftlichen FinanzVerbund
- Prozessoptimierungen

In der Ertragsplanung wird durch Bestandswachstum für das Zinsergebnis eine weitere Steigerung erwartet. Das Provisionsergebnis wird sich weiter negativ entwickeln.

Die Refinanzierung des Geschäftes erfolgt wie bisher im Wesentlichen durch Mittelaufnahme bei der DZ BANK AG. Durch Produktivitätssteigerung wird sich der Personalaufwand unterproportional zum Geschäftswachstum entwickeln.

Die TeamBank wird 2010 an dem bisherigen Kostenmanagement der letzten Jahre anknüpfen. Die Ausgaben für neue Themen und Projekte werden gezielt in den Ausbau als Ratenkreditexperte und die Erschließung neuer Wachstumsfelder investiert.

Die umsichtige Risikovorsorgepolitik wird auch 2010 fortgeführt. Die TeamBank geht entsprechend der Bestandsentwicklung und den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen von deutlich steigenden Risikovorsorgeaufwendungen aus.

Alle wesentlichen Risiken – insbesondere die im Risikobericht dargestellten Risikoarten – werden aktiv gesteuert. Ein besonderes Augenmerk legt die TeamBank auf die Sicherheit und Weiterentwicklung ihrer IT-Systeme.

Die TeamBank erwartet auf Grund weiteren Bestandswachstums im In- und Ausland in den Folgejahren und der Fortführung des Kostenmanagements für die Jahre 2010 und 2011 eine positive Entwicklung des Jahresergebnisses.

Jahresbilanz zum 31. Dezember 2009 der TeamBank AG Nürnberg

Aktivseite

| | Euro | Euro | Vorjahr TEuro |
|---|---|-------------------------|------------------|
| 1. Barreserve | | | |
| a) Kassenbestand | 52.580,46 | | 45 |
| b) Guthaben bei Zentralnotenbanken | 1.369.568,26 | | 3 |
| darunter: bei der Deutschen Bundesbank | Euro 1.367.368,26 (i.Vj. -,-) | | |
| | | 1.422.148,72 | 48 |
| 3. Forderungen an Kreditinstitute | | | |
| a) täglich fällig | 7.715.480,98 | | 178.343 |
| b) andere Forderungen | 10.968.766,30 | | 37.848 |
| | | 18.684.247,28 | 216.191 |
| 4. Forderungen an Kunden | | 5.602.153.543,66 | 4.933.176 |
| darunter: durch Grundpfandrechte gesichert | Euro -,- (i.Vj. -,-) | | |
| Kommunalkredite | Euro -,- (i.Vj. -,-) | | |
| 5. Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere | | | |
| b) Anleihen und Schuldverschreibungen | | | |
| bb) von anderen Emittenten | | | |
| darunter: beleihbar bei der Deutschen Bundesbank | Euro 6.134.672,67 (i.Vj. 15.363.065,75) | 6.134.672,67 | 15.363 |
| 6. Aktien und andere nicht festverzinsliche Wertpapiere | | 483.601,26 | 455 |
| 7. Beteiligungen | | 12.155.637,64 | 11.551 |
| darunter: an Kreditinstituten | Euro -,- (i.Vj. -,-) | | |
| an Finanzdienstleistungsinstituten | Euro -,- (i.Vj. -,-) | | |
| 8. Anteile an verbundenen Unternehmen | | 25.000,00 | 25 |
| darunter: an Kreditinstituten | Euro -,- (i.Vj. -,-) | | |
| an Finanzdienstleistungsinstituten | Euro -,- (i.Vj. -,-) | | |
| 11. Immaterielle Anlagewerte | | 10.143.000,50 | 12.082 |
| 12. Sachanlagen | | 8.528.023,67 | 9.879 |
| 15. Sonstige Vermögensgegenstände | | 6.411.087,04 | 8.503 |
| 16. Rechnungsabgrenzungsposten | | 769.248,94 | 1.639 |
| Summe der Aktiva | | 5.666.910.211,38 | 5.208.912 |

Passivseite

| | Euro | Euro | Euro | Vorjahr TEuro |
|--|---------------|------------------|-------------------------|-----------------------|
| 1. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | | | | |
| a) täglich fällig | | 1.867,76 | | 1.599 |
| b) mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist | | 3.752.036.331,08 | | 3.303.792 |
| | | | 3.752.038.198,84 | 3.305.391 |
| 2. Verbindlichkeiten gegenüber Kunden | | | | |
| b) andere Verbindlichkeiten | | | | |
| ba) täglich fällig | 7.414.830,41 | | | 6.751 |
| bb) mit vereinbarter Laufzeit oder Kündigungsfrist | 10.323.333,33 | | | 63.526 |
| | | 17.738.163,74 | | 70.277 |
| | | | 17.738.163,74 | 70.277 |
| 5. Sonstige Verbindlichkeiten | | | 54.471.893,35 | 45.920 |
| 6. Rechnungsabgrenzungsposten | | | 1.327.909.825,19 | 1.173.935 |
| 7. Rückstellungen | | | | |
| a) Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | | 0,00 | | 75.225 |
| b) Steuerrückstellungen | | 28.970,00 | | 1.156 |
| c) andere Rückstellungen | | 70.878.679,51 | | 88.620 |
| | | | 70.907.649,51 | 165.001 |
| 9. Nachrangige Verbindlichkeiten | | | 87.254.582,68 | 91.798 |
| 11. Fonds für allgemeine Bankrisiken | | | 12.465.000,00 | 12.465 |
| 12. Eigenkapital | | | | |
| a) gezeichnetes Kapital | | | | |
| - Grundkapital | | 60.439.040,00 | | 60.439 |
| - Einlagen stiller Gesellschafter | | 230.000.000,00 | | 230.000 |
| b) Kapitalrücklage | | 52.837.880,80 | | 52.838 |
| c) Gewinnrücklagen | | | | |
| cd) andere Gewinnrücklagen | | 847.977,27 | | 848 |
| | | | 344.124.898,07 | 344.125 |
| Summe der Passiva | | | 5.666.910.211,38 | 5.208.912 |
| 2. Andere Verpflichtungen | | | Euro | Vorjahr T Euro |
| c) unwiderrufliche Kreditzusagen | | | 25.480.225,45 | 1.555 |

Gewinn- und Verlustrechnung der TeamBank AG Nürnberg für die Zeit vom 01.01. – 31.12.2009

Aufwendungen

| | Euro | Euro | Euro | Vorjahr TEuro |
|--|-------------------|----------------------|-----------------------|----------------|
| 1. Zinsaufwendungen | | | 225.509.142,66 | 321.628 |
| 2. Provisionsaufwendungen | | | 141.444.368,00 | 116.926 |
| 4. Allgemeine Verwaltungsaufwendungen | | | | |
| a) Personalaufwand | | | | |
| aa) Löhne und Gehälter | 52.765.870,34 | | | 53.710 |
| ab) Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung | 12.359.688,64 | 65.125.555,98 | | 18.422 |
| darunter: für Altersversorgung | Euro 3.061.335,81 | (i.Vj. 9.299.998,50) | | |
| b) andere Verwaltungsaufwendungen | | 81.578.945,04 | 146.704.504,02 | 88.877 |
| 5. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf immaterielle Anlagewerte und Sachanlagen | | | 5.349.282,70 | 4.420 |
| 6. Sonstige betriebliche Aufwendungen | | | 82.462.357,99 | 11.836 |
| 7. Abschreibungen und Wertberichtigungen auf Forderungen und bestimmte Wertpapiere sowie Zuführungen zu Rückstellungen im Kreditgeschäft | | | 83.371.656,25 | 70.006 |
| 12. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag | | | 3.062.183,52 | 481 |
| 13. Sonstige Steuern, soweit nicht unter Posten 6 ausgewiesen | | | 657,00 | 4 |
| 14. Auf Grund einer Gewinngemeinschaft, eines Gewinnabführungs- oder Teilgewinnabführungsvertrags abgeführte Gewinne | | | 39.809.777,40 | 38.348 |
| Summe der Aufwendungen | | | 727.713.929,54 | 724.658 |

Erträge

| | Euro | Euro | Vorjahr TEuro |
|---|----------------|-----------------------|----------------|
| 1. Zinserträge aus | | | |
| a) Kredit- und Geldmarktgeschäften | 549.004.806,13 | | 634.466 |
| b) festverzinslichen Wertpapieren und Schuldbuchforderungen | 585.868,97 | 549.590.675,10 | 919 |
| 2. Laufende Erträge aus | | | |
| a) Aktien und anderen nicht festverzinslichen Wertpapieren | 5.891,69 | | 1 |
| b) Beteiligungen | 187.768,20 | 193.659,89 | 74 |
| 4. Provisionserträge | | 84.543.875,10 | 60.284 |
| 8. Sonstige betriebliche Erträge | | 93.385.719,45 | 28.914 |
| Summe der Erträge | | 727.713.929,54 | 724.658 |
| 1. Jahresüberschuss | | -,- | -,- |
| 8. Bilanzgewinn | | -,- | -,- |

Anhang

Allgemeine Angaben

Der Jahresabschluss der TeamBank AG Nürnberg für das Geschäftsjahr 2009 wurde unter Beachtung der allgemeinen und bankspezifischen Vorschriften des Handelsgesetzbuches (HGB), den einschlägigen Vorschriften des Aktiengesetzes (AktG), des Kreditwesengesetzes (KWG) und der Rechnungslegungsverordnung für Kreditinstitute und Finanzdienstleistungsinstitute (RechKredV) in der derzeit gültigen Fassung und unter Berücksichtigung der nach Artikel 66 Abs. 2 EGHGB in 2009 anzuwendenden Änderungen des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes erstellt. Sich auf den Rechtsstand des HGB vor Inkrafttreten des Bilanzrechtsmodernisierungsgesetzes beziehende Angaben haben wir durch den Zusatz „(a. F.)“ gekennzeichnet.

Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze sowie Ausweismethoden

Bilanz und Gewinn- und Verlustrechnung Die Position **Barreserve** ist mit dem Nominalwert angesetzt.

Die Bewertung unserer Forderungen, die ausnahmslos Bestandteil des Umlaufvermögens sind, erfolgt nach dem strengen Niederstwertprinzip des § 253 Abs. 3 Satz 1 HGB (a. F.).

Forderungen an Kreditinstitute werden mit Nominalwerten angesetzt. **Forderungen an Kunden** sind mit dem Bruttowert, einschl. Zinsen und Gebühren, ausgewiesen und um angemessene Einzel- und Pauschalwertberichtigungen gekürzt. Die künftigen Rechnungsperioden zuzurechnenden Zinsen und Gebühren werden unter den passiven Rechnungsabgrenzungen ausgewiesen und annuitätisch auf die Laufzeit verteilt. Die aufgelösten Abgrenzungsbeträge sind im Zinsergebnis enthalten.

Die Einzelwertberichtigungen auf Forderungen an Kunden werden unter Anwendung eines automatisierten, auf internen Ratingverfahren aufbauenden Systems ermittelt, dem ein barwertiger Bewertungsansatz zugrunde liegt. Einzelwertberichtigungen werden aufgelöst, sobald sich der Wert der Kundenforderung erhöht hat.

Im Bereich der gekündigten Kredite wurde die Bewertungsmethode in 2009 angepasst um die seit Einführung des Einzelwertberichtigungs-systems gewonnenen Erkenntnisse umzusetzen. Die Methoden-anpassung führte zu einer Erhöhung der Risikoversorge um Mio. € 11,2.

Latenten Kreditrisiken tragen wir durch Bildung von Pauschalwertberichtigungen Rechnung. Es finden dabei die Grundsätze der Finanzverwaltung zur steuerlichen Anerkennung von Pauschalwertberichtigungen bei Kreditinstituten Anwendung.

Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere, die ausschließlich dem Liquiditätsvorsorgebestand zugeordnet sind, werden nach dem strengen Niederstwertprinzip bewertet, wobei wir § 280 Abs. 1 HGB (a. F.) berücksichtigen.

Aktien und andere nicht festverzinsliche Wertpapiere

Hierbei handelt es sich um auf Fremdwährung (USD) lautende Class C Namensaktien der VISA Incorporation San Francisco/USA. Die Aktien, die bis zum 25.03.2011 einer Verkaufssperre unterliegen, werden nach dem strengen Niederstwertprinzip unter Beachtung von § 280 Abs. 1 HGB (a.F.) bewertet.

Beteiligungen und Anteile an verbundenen Unternehmen werden mit den Anschaffungskosten angesetzt.

Software wird entsprechend der IDW Stellungnahme zur Rechnungslegung IDW RS HFA 11 unter „**Immaterielle Anlagewerte**“ ausgewiesen und in Anlehnung an die steuerlichen Abschreibungsvorschriften linear über die Nutzungsdauer abgeschrieben.

Sachanlagen bewerten wir zu Anschaffungskosten, die – soweit es sich um abnutzbare Vermögensgegenstände handelt – um planmäßige lineare Abschreibungen entsprechend der erwarteten Nutzungsdauer gemindert werden. Dabei lehnen wir uns eng an die Abschreibungsvorschriften des § 7 EStG an; es werden die amtlichen Abschreibungstabellen für Mobilien angewandt. Geringwertige Wirtschaftsgüter, deren Anschaffungs- oder Herstellungskosten zwischen € 150 und € 1.000 liegen, werden in Anlehnung an die steuerlichen Vorschriften (mit Ausnahme der Zweigniederlassung Österreich) in einen Sammelposten eingestellt. Dieser Sammelposten wird im Jahr der Anschaffung oder Herstellung sowie in den vier folgenden Wirtschaftsjahren mit jeweils 1/5 gewinnmindernd aufgelöst.

Sofern bei Vermögensgegenständen des Sachanlagevermögens eine dauerhafte Wertminderung eintritt, nehmen wir eine außerplanmäßige Abschreibung vor.

Die **Pensionsrückstellungen** in Höhe von T€ 75.225 haben wir zum 01.01.2009 aufgelöst und die Pensionsverpflichtungen auf einen Pensionsfonds der R+V Pensionsfonds AG mit Wirkung zum 01.01.2009 übertragen. Die Pensionsrückstellungen für frühere Geschäftsführer und deren Hinterbliebene waren darin mit T€ 8.993 enthalten.

Die übrigen **Rückstellungen** sind ausreichend bemessen und tragen allen erkennbaren Risiken und ungewissen Verpflichtungen Rechnung.

Verbindlichkeiten sind zu ihrem Rückzahlungsbetrag bilanziert. Unterschiedsbeträge zwischen Auszahlungs- und höherem Rückzahlungsbetrag werden in den aktiven Rechnungsabgrenzungsposten eingestellt und planmäßig auf die Laufzeit verteilt.

Als **Andere Verpflichtungen** werden unwiderrufliche Kreditzusagen in Höhe von T€ 25.480 (Vj. T€ 1.555) ausgewiesen, die ausschließlich auf eingeräumte, nicht ausgenutzte Limite im Kreditkartengeschäft entfallen.

Währungsumrechnung

Die auf Fremdwährung lautenden Aktien der VISA Inc., USA, wurden entsprechend § 340h HGB (a.F.) mit dem Devisenkurs am Bilanzstichtag bewertet. Darüber hinausgehende Vermögensgegenstände in Fremdwährung sind lediglich von untergeordneter Bedeutung; Schulden in Fremdwährung existieren nicht.

Erläuterungen zur Bilanz

Laufzeitgliederung ausgewählter Bilanzpositionen nach Restlaufzeiten:

| | 31.12.09 | 31.12.08 |
|--|-----------|-----------|
| | T€ | T€ |
| Forderungen an Kreditinstitute (Aktivposten Nr. 3b) | | |
| bis drei Monate | 5.621 | 37.848 |
| mehr als drei Monate bis ein Jahr | 5.348 | 0 |
| Forderungen an Kunden (Aktivposten Nr. 4) | | |
| bis drei Monate | 332.897 | 299.189 |
| mehr als drei Monate bis ein Jahr | 954.144 | 853.993 |
| mehr als ein Jahr bis fünf Jahre | 3.535.132 | 3.181.369 |
| mehr als fünf Jahre | 630.369 | 461.822 |
| unbestimmte Laufzeit | 149.612 | 136.803 |
| Schuldverschreibungen und andere festverzinsliche Wertpapiere (Aktivposten Nr. 5) | | |
| im Folgejahr fällig | 6.135 | 15.363 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten (Passivposten Nr. 1b) | | |
| bis drei Monate | 575.405 | 963.793 |
| mehr als drei Monate bis ein Jahr | 1.371.631 | 1.545.000 |
| mehr als ein Jahr bis fünf Jahre | 1.805.000 | 795.000 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kunden | | |
| Andere Verbindlichkeiten (Passivposten Nr. 2b bb) | | |
| bis drei Monate | 0 | 10.526 |
| mehr als drei Monate bis ein Jahr | 10.323 | 43.000 |
| mehr als ein Jahr bis fünf Jahre | 0 | 10.000 |

Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

| | 31.12.09 | 31.12.08 |
|--|-----------|-----------|
| | T€ | T€ |
| Forderungen an Kreditinstitute | 13.165 | 192.852 |
| Sonstige Vermögensgegenstände | 2.038 | 3.550 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | 3.728.064 | 3.271.682 |
| Verbindlichkeiten gegenüber Kunden | 1.693 | 1.619 |
| Sonstige Verbindlichkeiten | 33.661 | 27.062 |
| Rückstellungen | 8.527 | 11.228 |
| Nachrangige Verbindlichkeiten | 75.152 | 75.516 |

Anleihen und Schuldverschreibungen

Die im Bestand befindlichen Anleihen und Schuldverschreibungen (Aktivposten Nr. 5) sind börsenfähig und börsennotiert.

Sonstige Vermögensgegenstände

Der Posten enthält folgende wesentliche Beträge:

| | 31.12.09 | 31.12.08 |
|--|----------|----------|
| | T€ | T€ |
| Provisionen aus Versicherungsvermittlung | 1.670 | 331 |
| Forderungen aus Provisionsrückerstattung | 2.402 | 2.328 |

Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten

Der Rechnungsabgrenzungsposten enthält T€ 7 (Vj. T€ 10) nach § 250 Abs. 3 HGB (Disagio), die über die Laufzeit verteilt werden, und T€ 762 (Vj. T€ 1.629) sonstige Rechnungsabgrenzungen.

Sonstige Verbindlichkeiten

Der Posten enthält folgende wesentliche Beträge:

| | 31.12.09 | 31.12.08 |
|---|----------|----------|
| | T€ | T€ |
| Verbindlichkeit aus Gewinnabführungsvertrag | 29.063 | 24.114 |
| Provisionsverbindlichkeiten | 17.206 | 15.683 |

Die Verbindlichkeit aus dem **Gewinnabführungsvertrag** gegenüber der DZ BANK AG entsteht rechtlich erst mit Feststellung des Jahresabschlusses nach dem Stichtag 31.12.2009.

Die Verbindlichkeiten aus **Provisionen** entfallen auf Vermittlungsleistungen für Ratenkredite; der Anteil für Partnerbanken im genossenschaftlichen Verbund beträgt hiervon T€ 7.302 (Vj. T€ 6.097), T€ 9.904 (Vj. T€ 9.586) entfallen hauptsächlich auf einen ehemaligen Vermittlungspartner außerhalb des genossenschaftlichen Verbundes.

Passiver Rechnungsabgrenzungsposten Hierin sind aus Teilzahlungsfinanzierungsgeschäften berechnete Zinsen und Gebühren, die künftige Rechnungsperioden betreffen, in Höhe von T€ 1.327.910 (Vj. T€ 1.173.935) enthalten.

Rückstellungen

In den **anderen Rückstellungen** sind im Wesentlichen folgende Posten ausgewiesen:

| | 31.12.09 | 31.12.08 |
|--|----------|----------|
| | T€ | T€ |
| Bonifikationen für Vermittlungen im Kreditgeschäft | 20.483 | 16.106 |
| Rückstellung für Teilgewinnabführung stille Einlagen | 8.527 | 11.228 |
| RKV Stornorückstellung | 7.877 | 5.995 |
| Rückstellung für Marktbearbeitungsprämie | 7.500 | 25.996 |
| Tantiemen und Leistungsbonus | 5.864 | 5.561 |

Die Rückstellung für **Teilgewinnabführung** entfällt auf im Eigenkapital enthaltene, variabel verzinsliche Einlagen stiller Gesellschafter. Die Höhe der Ausschüttung wird auf Grund vertraglicher Regelungen erst im Folgejahr bestimmt.

Die **RKV Stornorückstellung** wurde für Provisionsrückforderungen aus Restkreditversicherungen (RKV) in Höhe der zu erwartenden Inanspruchnahme gebildet. Sie betrifft daher voraussichtlich eintretende Rückbelastungen für RKV-Versicherungen, die die TeamBank nicht an Kooperationspartner durchreichen kann.

Im Rahmen der Veräußerung des Geschäftsbereichs Niederlassungen hat der Vorstand der TeamBank AG in 2006 beschlossen, aus dem Verkaufserlös den Betrag von insgesamt T€ 63.000 in Form einer **Marktbearbeitungsprämie** als Zuschuss für easyCredit Werbemaßnahmen an die Genossenschaftsbanken auszukehren. Der Restanspruch hieraus betrug am 31.12.2009 noch T€ 7.500.

Die Ansprüche der Mitarbeiter bezüglich **Leistungsbonifikation und Tantiemen** für den Zeitraum bis zum 31.12.2009 wurden zurückgestellt. Die Rückstellung für Tantiemen an außertariflich bezahlte Mitarbeiter orientiert sich an einzelvertraglich fixierten Basiswerten. Die Leistungsbonifikationen orientieren sich ebenfalls an Basiswerten, die auf der Grundlage von Mitarbeiterge-

sprächen mit einem Faktor zwischen 0 Prozent und 200 Prozent gewichtet werden. Der Vorstand hat das Budget für den Leistungsbonus 2009 in einem Vorstandsbeschluss fixiert. Dieses Budget wurde der Rückstellungsdotierung zugrunde gelegt.

Nachrangige Verbindlichkeiten Für die nachrangigen Verbindlichkeiten sind im Geschäftsjahr Zinsaufwendungen in Höhe von T€ 2.694 (Vj. T€ 5.351) angefallen.

Folgende nachrangige Verbindlichkeiten übersteigen 10 Prozent des Gesamtbetrags der Position:

| Betrag T€ | Zinssatz | Fälligkeit |
|-----------|------------------|------------|
| 10.000 | 1,940 % variabel | 09.07.2014 |
| 20.000 | 1,540 % variabel | 07.09.2015 |
| 20.000 | 1,422 % variabel | 04.11.2015 |
| 20.000 | 1,365 % variabel | 22.02.2016 |

Alle nachrangigen Verbindlichkeiten sind während der gesamten Laufzeit unkündbar, die Aufrechnung des Rückzahlungsanspruchs ist ausgeschlossen.

Die Bedingungen der nachrangigen Verbindlichkeiten entsprechen den Vorschriften des § 10 Abs. 5a KWG.

Gezeichnetes Kapital Das gezeichnete Kapital (Grundkapital) beträgt unverändert T€ 60.439 und ist eingeteilt in 118.045 Stückaktien, dies entspricht einem Nennwert von € 512.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

Zinserträge Die Höhe der Zinserträge ist infolge der Verminderung der zur Gesamtbanksteuerung eingesetzten Zinsswaps nur eingeschränkt mit dem Vorjahr vergleichbar. Eine entsprechende Entwicklung zeigt sich auch bei den Zinsaufwendungen.

Provisionserträge In dieser Position sind im Wesentlichen Erträge aus der Vermittlung von Restkreditversicherungen ausgewiesen. Diesen Provisionserträgen stehen Provisionsaufwendungen an Partnerbanken gegenüber.

| | 2009 | 2008 |
|-----------|--------|--------|
| | T€ | T€ |
| Insgesamt | 74.499 | 56.439 |

Sonstige betriebliche Erträge

In dieser Position sind folgende wesentliche Beträge enthalten:

| | 2009 | 2008 |
|--|--------|--------|
| | T€ | T€ |
| Erträge aus Auflösung Pensionsrückstellungen | 75.225 | 0 |
| Weiterverrechnung von Marketingleistungen an Partnerbanken | 7.925 | 6.830 |
| Erträge aus der Auflösung von anderen Rückstellungen | 7.827 | 10.074 |

Sonstige betriebliche Aufwendungen

In dieser Position sind im Wesentlichen folgende Beträge ausgewiesen:

| | 2009 | 2008 |
|--|--------|-------|
| | T€ | T€ |
| Ausgliederung der Pensionsrückstellungen | 75.945 | 0 |
| Marketingleistungen für Partnerbanken | 4.770 | 7.915 |

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag Vom Organträger wurden im Geschäftsjahr auf Basis einer fiktiven Veranlagung Steuerumlagen in Höhe von T€ 1.957 (Vj. T€ 0) und für Vorjahre T€ 672 (Vj. T€ 76) berechnet.

Aufgliederung der Erträge nach geographischen Märkten

In den von der TeamBank AG Nürnberg dargestellten Zahlen sind aus der Geschäftstätigkeit in Österreich nachstehende Beträge enthalten:

| | 2009 | 2008 |
|-------------------------------|-------|------|
| | T€ | T€ |
| Zinserträge | 2.051 | 150 |
| Provisionserträge | 1.521 | 234 |
| Sonstige betriebliche Erträge | 33 | 0 |

Sonstige Erläuterungen

Entwicklung des Anlagevermögens

Die Entwicklung der Vermögensgegenstände des Anlagevermögens stellt sich im Geschäftsjahr wie folgt dar:

| Werte in T€ | Anschaffungs- kosten | Zugang | Abgang | Abschreibung kumuliert | Buchwert Geschäftsjahr | Buchwert Vorjahr | Abschreibung im Geschäftsjahr |
|--|-------------------------|--------------|------------|---------------------------|---------------------------|---------------------|----------------------------------|
| Beteiligungen | 11.551 | 605 | 0 | 0 | 12.156 | 11.551 | 0 |
| Anteile an verbundenen Unternehmen | 25 | 0 | 0 | 0 | 25 | 25 | 0 |
| Immaterielle Anlagewerte | 16.369 | 1.981 | 197 | 8.010 | 10.143 | 12.082 | 3.735* |
| Sachanlagen | 24.354 | 305 | 528 | 15.603 | 8.528 | 9.878 | 1.614 |
| davon Betriebs- und Geschäfts- ausstattung | 24.354 | 305 | 528 | 15.603 | 8.528 | 9.878 | 1.614 |
| Gesamt | 52.299 | 2.891 | 725 | 23.613 | 30.852 | 33.536 | 5.349 |

* In den Abschreibungen auf immaterielle Anlagegüter sind außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von T€ 109 enthalten.

Sonstige Angaben

Termingeschäfte/Angaben über marktrisikobehaftete Geschäfte Das Nominalvolumen der nicht bilanzwirksamen derivativen Geschäfte (ausschließlich Zins-Swaps) belief sich am 31.12.2009 auf T€ 2.483.800 (Vj. T€ 3.325.300). Es handelt sich um im Rahmen der Aktiv-/ Passivsteuerung abgeschlossene Sicherungsgeschäfte.

Zur Bestimmung des beizulegenden Zeitwerts greift die Bank auf die Marktwertmethode zurück und bestimmt hierzu den Saldo der positiven und negativen Marktwerte ohne die in der Bilanz ausgewiesenen Zinsabgrenzungen.

Nominalbetrag nach Restlaufzeit

| Zinsbezogene Geschäfte | <= 1 Jahr | 1 – 5 Jahre | > 5 Jahre | Summe | Marktwert |
|---------------------------|--------------|--------------|------------|--------------|------------|
| OTC-Produkte | | | | | |
| Zins-Swaps | 1.025.000 T€ | 1.303.900 T€ | 154.900 T€ | 2.483.800 T€ | -50.076 T€ |

Haftungsverhältnisse und sonstige finanzielle Verpflichtungen

Im Rahmen der Zugehörigkeit zur Sicherungseinrichtung des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. hat die TeamBank AG eine Garantieerklärung übernommen. Die mögliche Leistungspflicht hieraus beträgt T€ 14.002.

Weitere sonstige finanzielle Verpflichtungen in Höhe von T€ 29.336 ergeben sich im Wesentlichen aus längerfristig abgeschlossenen Miet-, Leasing- und Wartungsverträgen, aus begonnenen Investitionsvorhaben sowie aus Sponsoringverträgen.

Aus der Übertragung der Pensionsverpflichtungen auf externe Versorgungsträger besteht eine Nachschussverpflichtung bei Unterdeckung durch einen nicht ausreichenden Zeitwert bzw. durch notwendige Anpassungen der Rechnungsgrundlagen. Die mittelbare Verpflichtung gegenüber Organmitgliedern und Mitarbeitern aus der nach der Übertragung bei der TeamBank AG Nürnberg verbliebenen Subsidiärhaftung beträgt zum Bilanzstichtag T€ 71.802. Die Berechnung erfolgte nach versicherungsmathematischen Grundsätzen mit einem Rechnungszins von 4,5 Prozent auf Basis der Richttafeln 2005 G von Klaus Heubeck.

Nicht in der Bilanz enthaltene Geschäfte

Hierbei handelt es sich um Operating-Leasing-Verträge sowie die Auslagerung von betrieblichen Funktionen:

Operating-Leasingverträge Fuhrpark mit Restlaufzeiten von 1 – 4 Jahren: T€ 5.060

Der Einsparung von Refinanzierungskosten bei der Anschaffung des Fuhrparks stehen Aufwendungen für Bereitstellung und Service gegenüber. Risiken bestehen im Falle der vorzeitigen Beendigung der Leasingverträge.

Die Auslagerungen für den IT-Betrieb betreffen das Kernbankensystem, den Web- und Softwareservice sowie die Datenarchivierung. Die Auslagerungsverträge weisen Restlaufzeiten von 15 – 86 Monaten auf und umfassen ein Gesamtvolumen von T€ 45.745.

Die Auslagerungen erfolgten aus Gründen der Wirtschaftlichkeit und Sicherheit. Risiken bestehen im Falle des Ausfalls von für den Betrieb notwendigen IT-Anwendungen, denen die Bank durch angemessene Notfallkonzepte begegnet.

Gesamthonorar des Abschlussprüfers

Die folgenden Beträge wurden im Geschäftsjahr 2009 für Leistungen der Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, aufwandswirksam erfasst (Werte in T€):

| | |
|-------------------------------|------------|
| Abschlussprüfungsleistungen | 439 |
| davon für das Vorjahr | (21) |
| andere Bestätigungsleistungen | 97 |
| Steuerberatungsleistungen | 0 |
| sonstige Leistungen | 267 |
| Gesamtbetrag | 803 |

Beteiligungen

An der folgenden großen Kapitalgesellschaft besteht eine Beteiligung von mehr als 5 %: SCHUFA Holding AG, Wiesbaden

MitarbeiterInnen

Im Geschäftsjahr 2009 waren durchschnittlich 1.111 MitarbeiterInnen, davon 11 in der Niederlassung Österreich sowie zusätzlich 16 Auszubildende bei uns beschäftigt. Der durchschnittliche Personalstand gliedert sich wie folgt:

| | männlich | weiblich | Summe |
|----------------------|----------|----------|--------------|
| Vollzeitbeschäftigte | 396 | 472 | 868 |
| Teilzeitbeschäftigte | 13 | 230 | 243 |
| Summe | 409 | 702 | 1.111 |

Mitgliedschaften

Wir sind Mitglied im Bundesverband und Garantiefonds des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V., Berlin. Darüber hinaus sind wir Mitglied im Bankenfachverband e.V., Berlin, in der BAG Bankenerbeitsgemeinschaft e.V., Mönchengladbach, sowie im Österreichischen Genossenschaftsverband.

Organbezüge

Die Gesamtbezüge unserer Vorstände für das Geschäftsjahr 2009 betragen T€ 896. Die Vergütungen an die Mitglieder des Aufsichtsrates beliefen sich auf T€ 194. An unsere Beiräte wurden T€ 42 geleistet.

Die Pensionsverpflichtungen für frühere Geschäftsführer und deren Hinterbliebene wurden mit Wirkung vom 01.01.2009 auf einen Pensionsfonds der R+V Pensionsfonds AG ausgegliedert.

Mitglieder des Vorstands

Theophil Graband, Nürnberg (*Vorsitzender*)

Dr. Christiane Decker, Nürnberg

Mitglieder des Aufsichtsrates

In der Zusammensetzung des Aufsichtsrates ergaben sich 2009 folgende personelle Veränderungen:

Herr Frank Mühlbauer und Herr Rainer Sauerwein schieden zum 04.05.2009 aus dem Aufsichtsrat der TeamBank AG Nürnberg aus. Herr Frank-Henning Florian, Herr Dr. Michael Kaufmann sowie Herr Dr. Wolfgang Thomasberger wurden am 04.05.2009 von der Hauptversammlung in den Aufsichtsrat gewählt. Des weiteren wurde Herr Frank Westhoff am 04.05.2009 zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden gewählt.

Die Zusammensetzung des Aufsichtsrates der TeamBank AG Nürnberg stellt sich zum 31.12.2009 wie folgt dar:

Albrecht Merz, Frankfurt am Main (*Aufsichtsratsvorsitzender*)

Vorstandsmitglied der DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt/Main

Frank-Henning Florian, Wiesbaden

Vorstandsvorsitzender der R+V Lebensversicherung AG, Wiesbaden

Angela Friedl, Schwarzenbruck

Bankangestellte

Dr. Holger Hatje, Berlin

Vorstandsvorsitzender der Volksbank Berlin eG, Berlin

Hans Höglauer, Rosenheim

Vorstandsmitglied der VR-Bank Rosenheim-Chiemsee eG, Rosenheim

Dr. Michael Kaufmann, Sankt Augustin

ehem. Vorstandssprecher VR Bank Rhein-Sieg eG, Siegburg

Mario Kowallek, Dresden

Vorsitzender des Betriebsrats Mitte der TeamBank AG Nürnberg

Dagmar Kropinski, Stelle

Vorsitzende des Gesamtbetriebsrats der TeamBank AG Nürnberg

Leonhard Peter, Nürnberg

Vorsitzender des Betriebsrats Zentrale der TeamBank AG Nürnberg

Dr. Wolfgang Thomasberger, Bad Dürkheim

stellvertretender Vorstandsvorsitzender VR BANK Rhein-Neckar eG, Mannheim

Ulrich Tolksdorf, Idstein

Vorstandsvorsitzender der vr-bank Untertaunus eG, Idstein

Frank Westhoff, Frankfurt am Main (stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender seit 04.05.2009)

Vorstandsmitglied der DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt am Main

Mandate von Vorständen der TeamBank AG Nürnberg

Theophil Graband

Aufsichtsratsmitglied der SCHUFA HOLDING AG, Wiesbaden

(Aufsichtsratsvorsitzender seit 01.04.2009)

Mutterunternehmen

Wir sind eine Tochtergesellschaft der DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt am Main. Unser Abschluss wird in den Konzernabschluss der DZ BANK AG Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank, Frankfurt am Main, einbezogen. Dieser wird beim Handelsregister Frankfurt am Main unter HRB 45651 hinterlegt.

Nürnberg, den 26. Januar 2010

TeamBank AG Nürnberg

Der Vorstand



Theophil Graband



Dr. Christiane Decker

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

Wir haben den Jahresabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang – unter Einbeziehung der Buchführung und den Lagebericht der TeamBank AG Nürnberg, Nürnberg, für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2009 geprüft. Die Buchführung und die Aufstellung von Jahresabschluss und Lagebericht nach den deutschen handelsrechtlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegen in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Jahresabschluss unter Einbeziehung der Buchführung und über den Lagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Jahresabschlussprüfung gemäß § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Jahresabschluss unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung und durch den Lagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld der Gesellschaft sowie die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben in Buchführung, Jahresabschluss und Lagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der angewandten Bilanzierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Jahresabschlusses und des Lageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung auf Grund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Jahresabschluss der TeamBank AG Nürnberg, Nürnberg, den gesetzlichen Vorschriften und den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung der Grundsätze ordnungsmäßiger Buchführung ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Gesellschaft. Der Lagebericht steht in Einklang mit dem Jahresabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage der Gesellschaft und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Düsseldorf, den 26. Februar 2010

Deloitte & Touche GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

(gez. Dr. Göttgens) (gez. ppa. Bienen)
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüfer

Bericht des Aufsichtsrates

Zusammenarbeit mit dem Vorstand

Der Aufsichtsrat hat die Geschäftsführung des Vorstands im Geschäftsjahr 2009 nach den gesetzlichen und satzungsmäßigen Vorschriften überwacht sowie über die ihm vorgelegten zustimmungsbedürftigen Geschäfte entschieden.

Über die Lage und Entwicklung der Bank sowie den allgemeinen Geschäftsverlauf wurde der Aufsichtsrat während des Geschäftsjahres regelmäßig, zeitnah und umfassend durch mündliche und schriftliche Berichte des Vorstands unterrichtet und konnte sich so von der Ordnungsmäßigkeit der Geschäftsführung überzeugen.

Wichtige Einzelvorgänge sind dem Aufsichtsrat zur Entscheidung vorgelegt worden.

Aufsichtsratssitzungen und Schwerpunkte der Tätigkeit des Aufsichtsrates

Der Aufsichtsrat hat im Berichtszeitraum am 6. März, 4. Mai, 24. September und 17. Dezember 2009 Sitzungen abgehalten. Dem Aufsichtsrat wurden insbesondere regelmäßig Berichte zur wirtschaftlichen Lage, Vertriebsberichte sowie Risikoberichte erstattet. Zwischen den Aufsichtsratssitzungen hat der Vorstand den Aufsichtsrat schriftlich und mündlich über wichtige Vorgänge informiert. In dringenden Fällen hat der Aufsichtsrat wesentlichen Geschäftsvorfällen im schriftlichen Beschlussverfahren zugestimmt.

Im Rahmen der vier Sitzungen stand neben der Erörterung des laufenden Geschäfts die Geschäftspolitik einschließlich der Entwicklung der Risikosituation im Marktumfeld im Mittelpunkt. In allen Sitzungen hat der Aufsichtsrat über die Einführung von Produktinnovationen, den Aufbau des Partnerbankengeschäfts in Österreich und die Entwicklung der easyCredit-Shops beraten.

Die Einführung der easyCredit-Card wurde in der Sitzung am 6. März 2009 beraten. Die weitere Internationalisierung des Geschäfts vor dem Hintergrund der konjunkturellen Entwicklung in den Zielmärkten bildete in der Sitzung am 4. Mai 2009 einen Schwerpunkt der Beratung. Die Geschäftsfeldstrategie sowie die Mehrjahresplanung 2010 bis 2013 wurden in der Sitzung am 24. September eingehend erörtert, die Planung 2010 wurde in den Sitzungen am 24. September und 17. Dezember 2009 ausführlich besprochen. Über die Änderung der Kreditrisikostrategie wurde in der Sitzung am 24. September 2009 beraten.

Der Vorsitzende des Aufsichtsrates hat sich auch außerhalb der Sitzungen in regelmäßigen Gesprächen mit dem Vorstandsvorsitzenden über wichtige Entscheidungen und besondere Geschäftsvorfälle informieren lassen. Vor und während der Abschlussprüfung stand der Aufsichtsratsvorsitzende mit dem gesetzlichen Abschlussprüfer in kontinuierlichem Kontakt.

Personelle Veränderungen im Vorstand und im Aufsichtsrat

Herr Rainer Sauerwein und Herr Frank Mühlbauer sind mit Ablauf der Hauptversammlung am 4. Mai 2009 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden. Die Hauptversammlung hat mit Beschluss vom 4. Mai 2009 Herrn Frank-Henning Florian, Vorstandsvorsitzender der R+V Lebensversicherung AG, Herrn Dr. Wolfgang Thomasberger, stellvertretender Vorstandsvorsitzender der VR BANK Rhein-

Neckar eG, und Herrn Dr. Michael Kaufmann, Vorstandssprecher der VR Bank Rhein-Sieg eG, neu in den Aufsichtsrat gewählt. Der Aufsichtsrat wählte in seiner Sitzung am 4. Mai 2009 Herrn Frank Westhoff zum stellvertretenden Aufsichtsratsvorsitzenden. Das Amt war bis dahin nicht besetzt.

Feststellung des Jahresabschlusses

An der Sitzung des Aufsichtsrates zur Feststellung des Jahresabschlusses nahmen Vertreter der Prüfungsgesellschaft teil, um ausführlich über die wesentlichen Ergebnisse der Prüfung zu berichten. Sie standen darüber hinaus den Mitgliedern des Aufsichtsrates zur Beantwortung von Fragen zur Verfügung.

Der uns vom Vorstand vorgelegte Jahresabschluss zum 31. Dezember 2009 einschließlich des Lageberichts wurde von uns geprüft. Insbesondere haben wir im Rahmen der Aufsichtsratsitzung am 9. März 2010 die Gelegenheit zur direkten Erörterung einzelner Aspekte des Jahresabschlusses mit den Abschlussprüfern genutzt. Wir konnten uns dem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk der vom Aufsichtsrat zum Abschlussprüfer bestellten Deloitte & Touche GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, Düsseldorf, anschließen.

Der Aufsichtsrat billigt den vom Vorstand aufgestellten Jahresabschluss, der damit festgestellt ist.

Dank Der Aufsichtsrat dankt dem Vorstand sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der TeamBank AG Nürnberg für den hohen persönlichen Einsatz und die im Jahr 2009 geleistete Arbeit. Herrn Mühlbauer und Herrn Sauerwein gilt ein besonderer Dank für ihre Verdienste zum Wohle des Unternehmens.

Frankfurt am Main, den 9. März 2010

Der Aufsichtsrat



Albrecht Merz
Vorsitzender

Der Beirat

Der Beirat der TeamBank AG (Deutschland)

Der Beirat der TeamBank AG berät den Vorstand im Rahmen eines aktiven Meinungsaustausches. Ziele sind der vertiefte Dialog mit Multiplikatoren der öffentlichen Meinung, die weitere Verankerung der TeamBank AG in der öffentlichen Wahrnehmung, die Förderung der Zusammenarbeit zwischen der TeamBank AG und den Genossenschaftsbanken sowie die Festigung und der Ausbau der Marktposition. Der Vorstand unterrichtet zu diesem Zweck den Beirat regelmäßig über wichtige Angelegenheiten sowie über die Lage und Entwicklung des Unternehmens.

Die Beiratsmitglieder sind „Sparringspartner“ des Vorstands, die in und außerhalb von Beiratssitzungen im Dialog mit dem Vorstand wichtige Impulse für die Entwicklung der TeamBank AG geben.

Der Beirat hat die TeamBank AG im Geschäftsjahr 2009 aktiv begleitet. Der 2008 gegründete Marketing- und Vertriebskreis des Beirates hat die TeamBank AG auch 2009 im Marketing- und in der Vertriebsentwicklung intensiv beraten. Die TeamBank AG hat sich im Geschäftsjahr mit dem Beirat insbesondere über die Produktinnovationen und die Ausrichtung des Vertriebs intensiv ausgetauscht.

Der Vorstand der TeamBank AG dankt dem Beirat für die konstruktive Zusammenarbeit und die wertvolle Beratung im Geschäftsjahr 2009.

Der Raiffeisenlandesbeirat Tirol der TeamBank AG (Österreich)

Zur Förderung der Zusammenarbeit zwischen der TeamBank Österreich – Niederlassung der TeamBank AG Nürnberg – und den Tiroler Raiffeisenbanken hat die TeamBank im Berichtsjahr den Landesbeirat Tirol eingerichtet. Ziel ist es, den Austausch zwischen der TeamBank AG und den Partnerbanken aus dem Kreis der Raiffeisen Bankengruppe Tirol zu verbessern sowie die Vertriebskraft zu stärken. Dazu zählen unter anderem Vorschläge zur Weiterentwicklung von Produkten und Vertriebswegen, die Vorstellung neuer Produkte und Vertriebswege sowie Anregungen zur Setzung von Vertriebsschwerpunkten, Umsatz-, Marketing- und Kommunikationsplanungen. Insbesondere zu Vertriebs- und Marketingmaßnahmen hat der Raiffeisenlandesbeirat Tirol 2009 wertvolle Anregungen gegeben.

Der Vorstand der TeamBank AG dankt dem Raiffeisenlandesbeirat Tirol für den gelungenen Start und den intensiven Austausch im Geschäftsjahr 2009.

TeamBank AG – Mitglieder des Beirats

(Stand: Dezember 2009)

Bernhard Link, München (Beiratsvorsitzender)

Stv. Vorstandsvorsitzender, Münchner Bank eG

Hermann Backhaus, Hagen

Vorstandsvorsitzender, Märkische Bank eG

Dr. Günther Beckstein, München

Ministerpräsident a. D.

Gunnar Bertram, Chemnitz

Vorstand, Volksbank Chemnitz eG

Armin Bork, Worms

Vorstand, Volksbank Worms-Wonnegau eG

Jürgen Cier-Zniewski (bis 31.12.2009), Hamm

Vorstandssprecher, Spar- und Darlehenskasse Bockum-Hövel eG

Joachim Erhard, Würzburg

Vorstand, VR-Bank Würzburg

Andreas Haag, Karlsruhe

Vorstand, BBBank eG

Werner Hölzer, Schlüchtern

Vorstand, Volksbank Raiffeisenbank Schlüchtern eG

Dr. Ulrich Maly, Nürnberg

Oberbürgermeister, Stadt Nürnberg

Rainer Mellis, Düsseldorf

Vorstand, Volksbank Düsseldorf Neuss eG

Dr. Walter Müller, Bad Aibling

Stv. Vorstandsvorsitzender, Volksbank Raiffeisenbank Mangfalltal-Rosenheim eG

Matthias Osterhues, Oldenburg

Vorstand, Volksbank Oldenburg eG

Hans Weber, Duisburg (stellv. Beiratsvorsitzender)

Vorstandsvorsitzender, Volksbank Rhein-Ruhr eG

Kurt Reinstädler, Saarbrücken

Vorstand, Bank 1 Saar eG

Ralf Schmitt, Villingen-Schwenningen

Vorstand, Volksbank eG

Joachim Schorling, Bückeberg

Vorstand, Volksbank in Schaumburg eG

Helmut H. Seibert, Magdeburg

Vorstandsvorsitzender, Volksbank Magdeburg eG

Klaus Sievers, Niebüll

Vorstandsvorsitzender, VR Bank eG Niebüll

Manfred Späth, Remseck

Vorstandssprecher, Volksbank Remseck eG

Eberhard Spies, Schwäbisch Hall

Vorstandsvorsitzender, VR Bank Schwäbisch Hall eG

Rainer Staffa, Gießen

Vorstand, Volksbank Mittelhessen

Thomas Sterthoff, Gütersloh

Vorstandssprecher, Volksbank Gütersloh eG

Jürgen Weber, Frankfurt am Main

Vorstandsvorsitzender, Sparda-Bank Hessen eG

Helmut Widmann, Horgenzell

Vorstandssprecher, Raiffeisenbank Ravensburg eG

Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst, Nürnberg

Vorstandsvorsitzender, GfK SE

TeamBank Österreich – Mitglieder des Raiffeisenbeirates Tirol

(Stand: 7. Oktober 2009)

Dr. Hannes Schmid, *Innsbruck (Beiratsvorsitzender)*
Vorstand, Raiffeisen Landesbank Tirol AG

Mag. Peter Hechenblaickner, *Wörgl (stellv. Beiratsvorsitzender)*
Geschäftsleitung, Raiffeisenbank Wörgl Kufstein eG

Heinz Haßlwanger, *St. Johann*
Geschäftsleitung, Raiffeisen Regional Bank
Fieberbrunn – St. Johann eG

Martin Santer, *Längenfeld*
Geschäftsleitung, Raiffeisenbank Längenfeld eG

Mag. Johann Kollreider, *Innsbruck*
Leitung Privat und Geschäftskunden,
Raiffeisen Landesbank Tirol AG

Stichwortverzeichnis

| | | | | | |
|----------|--|-----------------------------------|----------|-----------------------------------|---|
| A | Abwrackprämie | 20f., 56 | F | Fairman | 4, 10ff. |
| | Alpha-Zentrum | 50, 53 | | Fairness | 8, 21, 25, 33, 40, 50, 52, 57, 60, 64f. |
| | Anhang | 82ff. | | Familie | 4, 34, 39, 61 |
| | Arbeitgeber des Jahres | 5, 34, 38f. | | Finanzielle Bildung | 50f., 60 |
| | Aufsichtsrat | 66f., 91ff., 95f. | | FinanzVerbund | 8, 14, 20, 26, 33, 56, 62, 70, 76 |
| | Ausland | 40ff., 59 | | Finanzwirtschaftlicher Bericht | 56ff. |
| | | | | Führungskreis | 9, 75 |
| B | Backoffice | 27, 31f. | G | Genossenschaftsbanken | 10, 14f., 16ff., 24ff., 33, 44, 58f., 86, 97 |
| | Beirat | 44, 91, 97ff. | | Gesellschaft für Konsumforschung | 20, 58 |
| | Beratungsqualität | 28 | | GesundheitsPortal | 39, 61 |
| | berufundfamilie | 4, 39, 61 | | Gewinn- und Verlustrechnung | 80ff., 87, 94 |
| | Bestand | 27, 60, 62, 77 | H | Hauptversammlung | 92, 95 |
| | Bestätigungsvermerk | 94, 96 | | Hausbank | 19f., 25 |
| | Bilanz | 63f., 78ff., 82, 90, 94 | I | Ideenmanagement | 4, 31 |
| | Bonität | 21, 62, 70f. | | Institut für Genossenschaftswesen | 18 |
| | Bruttoinlandsprodukt | 19 | | ISO 9001 | 27, 30ff., 56f. |
| | Bundesverband Volksbanken Raiffeisenbanken (BVR) | 13, 19, 90f. | | IT | 15, 59, 77, 90 |
| C | Casting | 4, 12f. | J | Jahresbilanz | 78f. |
| | Chronik | 4f. | K | Konjunktur-Paket | 4, 14, 20, 24f., 56ff. |
| | Corporate Governance | 21 | | Kreditentscheidung | 24ff., 43, 57 |
| | Corporate Social Responsibility (CSR) | 46ff. | | Kreditgenossenschaften | 19f. |
| | Cost-Income-Ratio (CIR) | 62 | | Kreditkarte | 4, 26 |
| D | Deutschen Akademie für Fußball-Kultur | 58 | | Kredit-Offensive | 5, 14, 20, 24, 45, 56ff. |
| | Deutschland im Plus | 4f., 46, 50f., 56, 58, 60 | | Kultur | 5, 36ff., 46ff., 58 |
| | Direktvertrieb | 59 | | KulturRucksack | 5, 50 |
| | Drei-Säulen-System | 20 | | Kundenbestand | 56 |
| | DZ BANK | 63, 66f., 70f., 77, 86, 92f. | | Kunden-Service | 26f. |
| E | easyCredit-Card | 4, 26, 56ff., 65f., 70, 76, 95ff. | | Kunst | 5, 46ff. |
| | easyCredit-Shops | 4, 15, 26f., 53, 57ff., 65, 95 | L | Lagebericht | 54ff., 94 |
| | easyCredit-Stadion | 44, 58 | | Langzeitvorteil | 26, 57f. |
| | Ehrbarer Kaufmann | 7, 53 | | | |
| | Entwicklungschancen | 36, 61 | | | |
| | Ertragslage | 61, 75, 94 | | | |
| | EU-Verbraucherkreditrichtlinie | 33 | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| Laufzeit | 14, 21, 25 f., 32, 42, 44, 59, 71, 79, 82 ff., 87 | | |
| Liquiditätsversorgung | 24 ff. | | |
| M Mandate | 93 | | |
| Marke | 15, 58 f., 65 | | |
| Markenbekanntheit | 58 | | |
| Marktanteile | 20 f., 43, 56, 60 | | |
| Marktbearbeitungsprämie | 58, 62, 86 | | |
| Metropolregion Nürnberg | 21, 50, 60 | | |
| MINI-Aktion | 46 ff. | | |
| Mitarbeiter | 4 f., 7, 15, 26 f., 31 f., 34 ff., 42 ff., 50 ff., 58, 60 f., 65, 86, 91, 96 | | |
| N Nachtragsbericht | 64 | | |
| O Online-Chat | 27 | | |
| Österreich | 33, 40 ff., 59 f., 65, 83, 88, 91, 95, 97, 99 | | |
| Österreichische Genossenschaftsverband | 45, 91 | | |
| P Partnerbankengeschäft | 58, 76, 95 | | |
| Personalpolitik | 34 ff., 61 | | |
| Produktion | 4, 27 ff., 52, 57 | | |
| Produktmerkmale | 14 f. | | |
| Prognosebericht | 76 | | |
| Q Qualitätsmanagement | 30 f., 56 f. | | |
| Quelle | 5, 21 | | |
| R Raiffeisenbeirat Tirol | 5, 44, 59, 97, 99 | | |
| Ratenkreditmarkt | 14 f., 20 f., 43, 56 | | |
| Restkreditversicherung | 57, 86 f. | | |
| Risiko | 14, 43, 65 ff. | | |
| Risikobericht | 65 ff., 95 | | |
| Risikovorsorge | 21, 61 ff., 68, 71, 76 f., 82 | | |
| S Selbständige | 21, 26, 57 | | |
| Stiftung | 4 f., 46, 50 f., 56, 58, 60 | | |
| T TOP JOB | 4 f., 38 f., 56, 60 | | |
| Top-Arbeitgeber | 4, 56, 61 | | |
| Transparenz | 20, 25, 31, 33, 44, 50, 59, 64 | | |
| TÜV-Siegel | 4, 30 ff., 58 | | |
| TV-Spot | 4, 10 ff. | | |
| U Überschuldung | 21, 26, 50 f., 57 f., 60 | | |
| UNESCO-Dekade-Projekt | 4, 50, 56, 60 | | |
| Unternehmenskultur | 36, 60 | | |
| V Verantwortung | 7, 21, 33, 38, 47 ff., 53, 65, 74, 94 | | |
| Verbraucherkreditrichtlinie | 33 | | |
| Verbraucherschutz | 33, 57 | | |
| Vermögenslage | 63 | | |
| Vertrauen | 7, 14, 16 ff., 32 f., 52, 56 | | |
| Vertriebswege | 59, 65, 70, 97 | | |
| Volksbanken Raiffeisenbanken | 14 f., 31, 42, 65, 90 f. | | |
| Vorstand | 6 ff., 16 ff., 21, 42, 58, 66 ff., 86 f., 91 ff. | | |
| W Werbung | 15, 33, 58 | | |
| Werte | 4, 7 f., 20, 33, 36 ff., 52, 60 | | |
| Werteorientierung | 20 | | |
| Wettbewerb | 6 f., 20 f., 42, 44, 59 ff., 65 | | |
| Work-Life-Balance | 36 ff., 60 f. | | |
| Z Zinssatz | 32, 42 ff., 59, 87 | | |

IMPRESSUM

Gesamtkonzeption und Gestaltung:

TeamBank AG Nürnberg
www.teambank.de

Fotografie:

Claus Felix, Nürnberg (Kapitelfotos)
Andreas Genz, Hannover
Matthias Jüschke, Hamburg
Wilfried Meyer, Düsseldorf
Stefan Minx, Nürnberg
Thomas Riese, Nürnberg
Jürgen Rocholl, Berlin
Magnus Zawodsky, Nürnberg

Produktion:

osterchrist druck und medien GmbH
Nürnberg
www.osterchrist.de



TeamBank AG
Rathenauplatz 12 – 18
90489 Nürnberg
Germany
www.easycredit.de