



ProCredit
H O L D I N G

Sandrine Massiani

Dr. Gabriel Schor

Mitglieder des Vorstands

ProCredit General Partner AG

Hauptversammlung

Frankfurt am Main, 17. Mai 2019

-Es gilt das gesprochene Wort-

(Redner: Gabriel Schor)

Meine sehr geehrten Damen und Herren, wir freuen uns sehr, dass Sie zur diesjährigen ordentlichen Hauptversammlung der ProCredit Holding gekommen sind, und heißen Sie herzlich willkommen.

Im Namen des Vorstands der ProCredit General Partner, der persönlich haftenden Gesellschafterin der ProCredit Holding, möchten wir uns bei Ihnen bedanken, dass Sie sich die Zeit genommen haben, zu uns nach Frankfurt zu kommen.

Sie werden vielleicht schon festgestellt haben, dass in diesem Jahr insofern mit der Tradition gebrochen wird, als dass wir Sie heute nicht auf Englisch, sondern auf Deutsch ansprechen. Ich hoffe, dass Sie die heutigen Bemühungen von zwei Nicht-Muttersprachlern, sich mit der deutschen Sprache anzufreunden, mit Wohlwollen zur Kenntnis nehmen. In einer Welt, die durch den Lärm von Populismus und Isolationismus irritiert wird, möchten wir so als sehr internationales Team unsere Leidenschaft für ethische Prinzipien wie Respekt und Engagement für internationale Zusammenarbeit verdeutlichen. Ihre Fragen können Sie natürlich auf Englisch oder Deutsch stellen, und wir freuen uns auf einen wahrhaft internationalen Dialog.

Im Zusammenhang mit diesem Dialog möchte ich auch darauf hinweisen, dass heute viele Managerinnen und Manager unserer Banken hier anwesend sind. Die Ergebnisse, die wir vorstellen werden, sind vor allem ihre Ergebnisse. Wir möchten Sie deshalb dazu ermutigen, diese Gelegenheit zu nutzen und nach der Hauptversammlung mit ihnen ins Gespräch zu treten. Sie finden sie dann im Ausstellungsbereich auf der rechten Seite des Foyers.

In den nächsten 30 Minuten werden wir einen kurzen Überblick über die ProCredit Gruppe geben und die wichtigsten Highlights des Jahres 2018 beschreiben, bevor wir kurz auf die Entwicklungen im ersten Quartal 2019 und die Perspektiven für dieses Jahr eingehen.

Wir wollen uns heute aber auch genügend Zeit nehmen, um über unsere Mitarbeiter und unsere Akademie zu sprechen. Wahrscheinlich gibt jede Bank der Welt Lippenbekenntnisse über die Bedeutung ihrer Mitarbeiter ab. Aber ich denke, dass die Art und Weise, in der wir mit unseren Mitarbeitern zusammenarbeiten, wirklich einzigartig ist. Wir möchten unseren Ansatz beschreiben und dabei aufzeigen, wie dieser Ansatz die hohe Qualität, Transparenz und Stabilität unseres Bankgeschäfts von ProCredit untermauert. Schließlich sind es unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, denen die Anerkennung für unsere Ergebnisse zusteht.

Was macht uns nun aus?

Heutzutage ist für viele Menschen eine sozial verantwortliche, entwicklungsorientierte und zukunftsorientierte **Bank** fast ein Widerspruch in sich. Und doch glauben wir, dass wir genau das sind: eine solide, anständige Bankengruppe, die wirtschaftlichen Erfolg mit entwicklungspolitischer Wirkung verbindet.

Und was bedeutet das konkret? Gute, solide, transparente Finanzergebnisse auf der einen Seite sowie gute und transparente Dienstleistungen für Kunden auf der anderen Seite. Das mag trivial oder „selbstverständlich“ klingen, aber in unseren Märkten ist es das bei weitem nicht. Vor allem Transparenz wird vermisst, und das macht die Vergleichbarkeit mit unseren Ergebnissen nicht immer leicht.

Unsere Selbstverpflichtung, sowohl entwicklungspolitische Auswirkungen als auch wirtschaftlichen Erfolg in ausgewogener Weise anzustreben, wird durch die beiden umfassenden Berichte veranschaulicht, die Sie vor sich auf den Tischen vorfinden: unseren Geschäftsbericht und unseren „Impact Report“. Ich bin mir sicher, dass Sie unsere

Finanzergebnisse bereits gelesen haben. Dennoch laden wir Sie herzlich dazu ein, sich auch unseren Impact Report einmal anzusehen.

Der Impact Report beschreibt unsere Auffassung von Verantwortung. Verantwortung nicht nur auf unseren eigenen Vorteil zu schauen, sondern auch die Wirkung auf Dritte, wie unsere Kunden, unsere Mitarbeiter, die Ökonomien, in denen wir arbeiten, sowie unsere Umwelt immer mit zu beachten.

Und in einem Kontext, in dem niemand die Herausforderung des Klimawandels ignorieren kann, ist es leicht zu verstehen, warum wir mit Leidenschaft eine möglichst energieeffiziente und nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung fördern.

Und in diesem Sinne, was ist unser Anspruch?

Unser Anspruch ist klar: in einigen wichtigen Transformationsökonomien, insbesondere in Südost- und Osteuropa, wollen wir die führende Hausbank für den Mittelstand sein. Ich denke, Sie wissen inzwischen, was wir mit „Hausbank für den Mittelstand“ meinen. Wir wollen Unternehmer bei der Entwicklung ihrer Unternehmen unterstützen, indem wir ihnen alle dafür notwendigen Bankdienstleistungen anbieten.

Aber was verstehen wir unter „**führend**“? Wir meinen „führend“ im weitesten Sinne des Wortes. Wir möchten die führende Hausbank für den Mittelstand in unseren Märkten sein. Wir wollen aber auch die Bank sein, mit der die besten KMU zusammenarbeiten möchten, weil wir unsere Kunden fair und anständig behandeln. Mit diesem Anspruch, im Sinn ist es wichtig, **dass** und **wie** wir **tatsächlich** liefern. Dass wir gemessen an diesen Maßstäben das Jahr sehr erfolgreich gestaltet haben, möchten wir im Folgenden darstellen.

Lassen Sie mich nun zu unseren **beiden Hauptsäulen** der Geschäftsstrategie kommen, denn sie haben den Fokus für das Jahr 2018 maßgeblich bestimmt: das Hausbankkonzept für KMU und ProCredit Direct für Privatkunden.

Wir konzentrieren uns auf KMU, weil sie für die Schaffung von Arbeitsplätzen und für die Stabilität in den Transformationsökonomien eine Schlüsselrolle spielen. Wie der Begriff „Hausbank“ schon sagt, sind wir bestrebt, langfristige Partnerschaften mit den Unternehmern aufzubauen. Wir wollen mit den ehrgeizigen, wachsenden KMU in unseren Märkten zusammenarbeiten und eine umfassende Palette moderner Finanzdienstleistungen anbieten, die ihre Bemühungen für ein nachhaltiges und effizientes Wachstum unterstützen.

Privatkunden bieten wir mit „ProCredit Direct“ Komfort und Effizienz zu fairen Preisen. Ein transparenter, skalierbarer, digitaler Direktbank-Ansatz, der Transaktionen, Sparkonten und Investitionskredite online anbietet, ist in unseren Märkten einzigartig. Unsere Privatkredite stehen nur denjenigen Kunden zur Verfügung, deren Einkommen zeigt, dass sie sich die Rückzahlung wirklich leisten können, und sind im Wesentlichen auf bestimmte Arten von langfristigen Investitionen wie Wohnungsbau oder Modernisierungen beschränkt. In diesem Sinne glauben wir, dass wir auch eine Rolle beim Aufbau einer Kultur des Sparens und der finanziellen Verantwortung spielen. Dem Geschäft mit Konsumentenkrediten bleiben wir weiter fern, vor allem wegen des damit verbundenen Risikos der Überschuldung, die leider in vielen unserer Märkte wieder deutlich auf dem Vormarsch ist – als ob man aus der letzten Krise Nichts gelernt hätte.

Im Jahr 2018 haben wir bei der Etablierung dieser beiden Säulen unserer Strategie und bei der Erweiterung unserer Zielkundenbasis deutliche Fortschritte gemacht.

Wir konnten unser Kreditportfolio stark ausbauen. In allen unseren regionalen Segmenten erzielten wir ein Wachstum von über 10 %. Gleichzeitig verbesserte sich die Qualität des Kreditportfolios. Im Jahr 2018 haben wir auch unsere Eigenkapitalrendite verbessert, was auf deutliche Effizienzsteigerungen, niedrige Kreditrisikokosten und die Stärkung der Provisionserträge zurückzuführen ist. Gleichzeitig haben wir mit der Anfang letzten Jahres abgeschlossenen Kapitalerhöhung unser hartes Kernkapital verbessert.

Das sind **gute** Ergebnisse für eine Phase, in der wir einige Aspekte der Transformation, die wir in den letzten Jahren durchlaufen haben, zum Abschluss bringen. Und damit kommen wir auf diejenigen Menschen zurück, die unsere Ergebnisse erzielt haben: unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In diesem Zusammenhang möchten wir einen besonderen Blick auf die ProCredit Academy, unser gruppeneigenes Schulungszentrum, werfen.

Dazu übergebe ich an Sandrine.

Die Akademie ist eine Institution, die unsere Gruppe einzigartig macht, obwohl sie in Sachen Bilanzsumme und Ergebnisbeitrag im Konzern kaum auffällt.

Die ProCredit Academy wurde im Jahr 2005 gegründet, liegt tief im Odenwald, ca. 1 Std. von Frankfurt entfernt, und steht seitdem im Mittelpunkt der ProCredit Gruppe. Hier wird der Grundstein dafür gelegt, was all unsere Banken verbindet: Ein einheitliches Verständnis ethischer Grundsätze, nicht nur, aber auch im Kontext des Bankwesens.

Es ist kein Zufall, dass 2005 auch die Zeit war, in der wir in unserer Gruppe leistungsabhängige Boni abgeschafft haben. Zu diesem Zeitpunkt hatten wir bereits feststellen müssen, dass Boni sehr oft negative Anreize für verantwortungslose Bankgeschäfte schaffen.

Statt einer Incentivierung durch Boni, haben wir uns schon lange dazu entschieden, in die persönliche und berufliche Entwicklung unserer Führungskräfte und Mitarbeiter zu investieren. Es ist keine Frage, dass das ein längerer und steinigere, aber dafür auch ein bedeutend fairerer und effektiverer Weg ist, qualifizierte und vertrauenswürdige Manager sowie motivierte und teamfähige Kollegen zu entwickeln.

Die Mitarbeiter profitieren von zwei verschiedenen Kursprogrammen: das einjährige Programm der Banker Academy und das dreijährige Programm der Management Academy, die beide berufsbegleitend (im Odenwald) stattfinden. Die Lehrpläne sind nicht das, was man typischerweise von einer Ausbildungseinrichtung für Banker erwarten würde. Selbstverständlich beinhalten beide Programme ein Curriculum „Bank- und Finanzwesen“. Nichtsdestotrotz ist der spannendste und der unerwartete Teil jedes Gesamt-Curriculums der Fachbereich Humanities (Geisteswissenschaften). Neben der reinen Wissensvermittlung beispielsweise in Geschichte oder in Philosophie versuchen wir dabei, Dogmatik und Ideologie durch kritische Diskussion zu ersetzen und damit vor allem Reflexions- und Orientierungswissen zu schaffen.

Dieses Wissen soll es dem Einzelnen ermöglichen, sich selbst eine Meinung zu bilden – für uns eine Grundlage jeder demokratischen Ordnung.

Die Banker Academy, das einjährige Programm, verfolgt einen „Big History“-Ansatz, der mit den Ursprüngen des Universums beginnt und sich mit der Evolution der Menschheit, unter anderen, des Homo sapiens, fortsetzt. In der Management Academy, dem dreijährigen

Programm, wird die historische Analyse auf eine viel höhere Ebene gehoben. Im Kontext geht es um Alte Zivilisationen – Ägypten, Mesopotamien, Griechenland, Rom – die eingehend untersucht werden, aber auch um das Mittelalter und die Neuzeit, einschließlich der Französischen Revolution und der totalitären Regimes des 20. Jahrhunderts.

Die Einflüsse aus diesen Epochen sind noch heute in den aktuellen geopolitischen Konstellationen, insbesondere in Südost- und Osteuropa, sehr gut erkennbar. Ein zentraler Kurs am Ende des ersten Jahres der Management Academy behandelt die Religionsgeschichte. Dieser und andere Kurse zeigen, dass Ideen nicht in einem Vakuum entstehen. Vielmehr sind sie ein Spiegelbild der sozialen Beziehungen, die die Epochen, in denen sie entstanden sind, prägten; und sie sind Ausdruck menschlicher Bemühungen, diese sozialen Beziehungen zu bewahren oder zu beenden.

„Warum müssen ProCredit Banker etwas über mittelalterliche Philosophie lernen?“, fragen Sie sich vielleicht. Die einfache Antwort lautet: Uns ist es wichtig, dass unsere Mitarbeiter nicht nur mit Finanzkennziffern und Risikozahlen umgehen können, sondern auch, dass sie ein tiefes Verständnis für die Kräfte entwickeln, die den Gesellschaften zugrunde liegen, in denen wir tätig sind.

Aber die Rolle der Academy geht noch weit über das dort vermittelte Wissen hinaus:

Ihre Aufgabe ist es auch Menschen mit unterschiedlichem Hintergrund zusammenzubringen um ein gemeinsames Grundverständnis von Ideen und Werten zu entwickeln, welches nicht nur dem ProCredit Unternehmensleitbild entspricht, sondern auch auf der Europäischen Idee und ihren humanistischen Werten beruht.

Und es geht noch weiter:

Damit sie eine lingua franca entwickeln.

Dies bedeutet nicht nur, dass unsere Mitarbeiter miteinander auf einem guten sprachlichen Niveau in Englisch kommunizieren können, sondern auch, dass alle „die gleiche Sprache sprechen“, wenn wir Schlüsselbegriffe wie „Menschenwürde“, „res publica“, „Aufklärung“ oder „ethischer Kompass“ verwenden. Dies ist auch einer der Gründe, warum wir uns nicht auf externe Trainer verlassen. Vielmehr werden alle Kurse von unseren Vollzeitdozenten der Academy oder von Managern sowie anderen wichtigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der ProCredit Holding und der ProCredit Banken geleitet.

Trotz – oder gerade wegen – unserer Unterschiede hat die Academy es uns ermöglicht ein starkes Gefühl der Identität und Solidarität innerhalb der Gruppe aufzubauen. Diese Stärke durch Vielfalt auf der Basis gemeinsamer Werte und Ziele wird für uns auch durch das deutsche Volksmärchen der „Bremer Stadtmusikanten“ verkörpert, weshalb ein Standbild, das die vier „Musikanten“ – Esel, Hund, Katze und Hahn – darstellt, am Eingang zur Academy steht.

Auch der Unterrichtsstil an der Academy erfüllt einen entscheidenden Zweck:

Im Gegensatz zu einer traditionellen Ausbildung mit Frontalunterricht, werden die Kursteilnehmerinnen und -teilnehmer ermutigt, selbstständig neue Ideen zu erforschen und sich in lebhaften und manchmal kontroversen Diskussionen auszutauschen. Auf diese Weise entwickeln sie die Fähigkeiten anderen zuzuhören, kritisch zu denken und fundierte Entscheidungen zu treffen.

Diese Diskussionen im Klassenraum dienen auch als „Denkfabrik“ für das Tagesgeschäft der Banken. Sie geben oft einen entscheidenden Impuls für Innovationen und den Austausch von

Best Practices in der Gruppe. Ohne diese emanzipierte Denkweise, diese Freiheit, Vorschläge in Frage zu stellen, neue Wege zu finden, wären wir nicht in der Lage, unsere Geschäftsstrategie in allen Banken so effizient umzusetzen, solide Ergebnisse zu erzielen und gleichzeitig einen positiven Beitrag zur sozialen und ökologischen Entwicklung unserer Gesellschaft zu leisten.

Heutzutage haben alle Manager die Akademie abgeschlossen. Die ProCredit Academy ist aber keine Eliteschule für die dünne Schicht von Führungskräften. Im Gegenteil, ihre anspruchsvollen und anregenden Kurse richten sich an alle engagierten, neugierigen und fleißigen Kolleginnen und Kollegen. Heutzutage haben mehr als 20 % unserer 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eines der beiden Programme absolviert oder nehmen derzeit daran teil.

Um Ihnen einen weiteren Eindruck davon zu vermitteln, welchen Stellenwert wir der Personalentwicklung beimessen: Im Jahr 2018 nahm im Durchschnitt jeder Mitarbeiter an 18,3 Tagen an einem Training teil. Neben der Teilnahme in der Akademie sind darunter positionsspezifische Kurse, Schulungen zum Verhaltenskodex oder Umweltmanagement sowie Englischunterricht. Ich hoffe, dass wir Ihnen einen guten Einblick in die Bedeutung der Akademie für uns geben konnten.

Gabriel und ich werden Ihnen nun darstellen, wie wir Dank der außerordentlichen Anstrengungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auch im Jahr 2018 unsere ambitionierten Ziele erreichen konnten – trotz teilweise großer Herausforderungen.

(Wechsel zu Gabriel Schor)

Wir möchten die Ergebnisse dieses Jahres anhand von vier Meilensteinen zusammenfassen:

- 1) Eine der größten Leistungen war es, unsere Positionierung als führende Mittelstandsbank in unseren Märkten weiter zu stärken und gleichzeitig den Grundstein für eine Positionierung als attraktive Bank für Privatkunden zu legen.
- 2) Wir haben unseren grundlegenden Geschäftsansatz des verantwortungsbewussten Handelns weiter gestärkt, nicht zuletzt durch einen besonders starken Ausbau unseres grünen Portfolios.
- 3) Unser Konzernergebnis sowie andere wesentliche Kennzahlen haben sich im Jahresvergleich sichtbar verbessert.
- 4) Zudem ist es uns gelungen, diverse Maßnahmen durchzuführen, die die Weichen für ein profitables Wachstum in der Zukunft legen.

Auf diese Punkte möchte ich jetzt detaillierter eingehen.

EINS

Die über die letzten Jahre vollzogene Fokussierung auf dynamische KMU mit hohem Wachstumspotenzial konnten wir im Geschäftsjahr weiter vorantreiben. Wir haben einen weiteren Abbau von Kleinstkrediten und ein außerordentlich starkes Wachstum im Kernsegment erlebt. Die Dimensionen dieses Umschwungs und das Ausmaß der darin inbegriffenen Transformation sind enorm: Im Laufe der letzten fünf Jahre haben wir über 1

Milliarde EUR an Krediten im Bereich kleiner als 50,000 EUR reduziert. Nichtsdestotrotz konnten wir im selben Zeitraum unser Portfolio im Kernsegment um über 2 Milliarden EUR steigern. Wir sind nun an einem Punkt angelangt, an dem wir glauben diese Transformation erfolgreich abgeschlossen zu haben.

Im Geschäftsjahr haben alle unsere Segmente starkes Wachstum präsentieren können, auf Konzernebene waren es 12,3 %. Besonders erfreulich ist dabei, dass sich die Qualität unseres Portfolios weiter verbessert hat: Der Anteil notleidender Kredite liegt bei nunmehr knapp 3 %. Diese hohe Portfolioqualität hat sich zunehmend zu einem Markenzeichen unserer Banken entwickelt. Sie unterstreicht gleichzeitig die Nachhaltigkeit unseres Geschäftsansatzes in auch oft als „schwierige Märkte“ bezeichneten Ländern.

Während viele unserer Wettbewerber zunehmend auf die Vergabe von Konsumentenkrediten bauen, um überhaupt Wachstumszahlen präsentieren zu können, besteht das Portfolio unserer Banken zu 92 % aus KMU-Krediten. Der Rest sind in erster Linie gut besicherte Immobilienkredite, die ein wichtiges Element unseres Geschäftsansatzes mit Privatkunden darstellen. Doch mehr dazu gleich.

Unser KMU-Portfolio besteht zum größeren Teil aus Krediten mit einer Laufzeit von mehr als drei Jahren – eines von vielen Merkmalen unseres Hausbankkonzepts. Wir wollen langfristige Geschäftsbeziehungen mit unseren Kunden aufbauen und sie bei der Umsetzung ihrer langfristigen Geschäftsstrategien zielgerichtet begleiten, anstatt uns an einzelnen, kurzfristigen Transaktionen zu orientieren. Sie merken, auch hier geht das Thema Nachhaltigkeit Hand in Hand mit unserem Geschäftsansatz.

Für Privatpersonen haben wir im Geschäftsjahr „ProCredit Direct“ eingeführt. ProCredit Direct bietet Privatkunden die Möglichkeit, ihre Bankgeschäfte vom Giro- und Sparkonto über Festgeldanlagen bis hin zum Wohnungsbaudarlehen bequem online abzuwickeln. Eine besonders positive Resonanz erhalten wir zu ProCredit FlexSave – einem flexiblen Tagesgeldkonto – das nur wenige andere Banken in dieser Form anbieten.

Auf dieser Basis wollen wir uns in unseren Märkten nun auch als moderne Privatbank positionieren und unseren Kundenstamm weiter ausbauen. Wir möchten mit unserem Angebot insbesondere die wachsende Mittelschicht in unseren Märkten ansprechen – Menschen, die Wert auf einen modernen, digitalen und transparenten Banking-Ansatz legen.

Der Zuwachs von Privatkunden ist ein wesentlicher Faktor unserer Geschäftsstrategie. Zum einen sind die Einlagen eine wichtige Refinanzierungsquelle für unser Kreditgeschäft. Zum anderen sind die Kontoführungsgebühren eine wesentliche Einnahmequelle für unsere Banken. Wir haben eine einfache Gebührenstruktur: Anstatt für jede einzelne Transaktion zu zahlen, zahlen unsere Kunden eine monatliche Pauschale für alle Basisdienstleistungen. Sie profitieren somit von einer deutlich erhöhten Preistransparenz, die in den Märkten unserer Geschäftstätigkeit bei Weitem keine Selbstverständlichkeit ist. Für unsere Banken ist dies ebenfalls vorteilhaft, sie können durch Skalierung ihrer modernen IT-Infrastruktur Erträge maximieren und Gebühreneinnahmen leichter planen.

Mit der Einführung einer neuen mobilen App und zusätzlicher Funktionalitäten wurde 2018 das Kundenerlebnis unseres digitalen Angebots weiter verbessert. Diese Fortschritte wären ohne die starke Unterstützung durch das Entwicklerteam von Quipu nicht möglich gewesen. Wir bleiben aber nicht bei dem Erreichten stehen, Quipu arbeitet kontinuierlich an Verbesserungen unter anderem in Bezug auf Benutzerfreundlichkeit, Einfachheit und Sicherheit.

Unsere Einlagen haben sich im Geschäftsjahr positiv entwickelt. Das Wachstum von über 255 Millionen EUR ist vor allem auf unsere Geschäftskunden zurückzuführen, während die Einlagen von Privatkunden inmitten des digitalen Umschwungs unseres Angebots noch rückgängig waren. Wir sind nichtsdestotrotz davon überzeugt, dass der verbleibende Kundenstamm von unserem Angebot ebenso überzeugt ist wie wir selbst und wir auf dieser Grundlage schon bald einen Anstieg von Privatkundeneinlagen sehen werden.

ZWEI

Kommen wir nun zu dem zweiten zuvor genannten Highlight des Jahres 2018: dem Ausbau unserer „Green Lending“ Aktivitäten. Aber zunächst: was verstehen wir überhaupt darunter?

„Grüne Kredite“ finanzieren Investitionen, durch die unsere Kunden ihre Energieeffizienz verbessern oder von konventioneller Technologie mit fossilen Brennstoffen auf erneuerbare Energiequellen umstellen. Grüne Kredite können auch zur Finanzierung anderer umweltfreundlicher Projekte verwendet werden. Beispiele sind die Förderung des ökologischen Landbaus, Wasser- und Bodenschutzmaßnahmen oder Beratungsleistungen zur Verringerung der Umweltbelastung.

So setzt sich ProCredit seit langem entschlossen für die Reduzierung von CO₂-Emissionen durch die Finanzierung von Investitionen in erneuerbare Energien ein. Dies hat im vergangenen Jahr zur Einsparung von nicht weniger als 56.000 Tonnen CO₂-Emissionen geführt. Um das greifbarer zu machen: Das ist die Menge an Kohlendioxid, die von 1.000 durchschnittlichen Pkw mit einer Fahrleistung von jeweils 220.000 km oder durch die Aufladung von 7 Milliarden Smartphones verursacht würde.

Gleichzeitig reduzieren auch die ProCredit Banken ihre eigenen CO₂-Emissionen. Die benzin- und dieselbetriebenen Autos werden – wo möglich – durch Elektrofahrzeuge ersetzt. Ende 2018 haben Elektro- und Hybridautos mehr als die Hälfte der Konzernflotte ausgemacht. Daneben laufen weitere Projekte zur Verbesserung unserer Umweltbilanz. Dazu gehört die Installation von Photovoltaikmodulen oder Warmwasserbereitungsanlagen mit Solar- oder Erdwärmeenergie. Unser ehrgeiziges mittelfristiges Ziel als Gruppe ist es klimaneutral zu werden.

Modernste Technologien leisten einen Beitrag zur Reduzierung unseres ökologischen Fußabdrucks. Ein wesentlicher Faktor ist aber auch die Sensibilität unserer Angestellten für Umwelt- und Sozialfragen. Aus diesem Grund werden auf allen Konzernebenen regelmäßig Schulungen zu grünen Themen angeboten. Die „think-before-you-print“-Kampagne hat dazu beigetragen, unseren Papierverbrauch pro Kopf im Jahr 2018 um 24 % zu senken. In diesem Jahr liegt der Schwerpunkt auf der Minimierung von Kunststoffabfällen.

Bis zum Jahresende 2018 war das „grüne“ Kreditportfolio auf 678 Mio. EUR angewachsen und machte über 15 % des Kreditportfolios der Gruppe aus. Der Trend zu mehr „Grün“ wird sich fortsetzen: Mittelfristig ist es unser Ziel, den Anteil der grünen Kredite in unserem Portfolio auf mehr als 20 % zu erhöhen.

DREI

(Wechsel zu Sandrine Massiani)

Lassen Sie uns unsere Aufmerksamkeit nun auf die Finanzergebnisse für 2018 richten.

Der Blick auf die Gewinn- und Verlustrechnung zeigt, dass das Konzernergebnis um über 6 Millionen EUR auf 54,5 Mio. EUR gesteigert werden konnte. Entscheidend für diese positive Entwicklung waren Einsparungen in den operativen Aufwendungen, die dank der vielfältigen Effizienzmaßnahmen der letzten beiden Jahre um 15 Mio. EUR sanken. Zudem hat die Einführung von „ProCredit Direct“ zu einem Anstieg des Provisionsergebnisses von über 6 Mio. EUR geführt.

Insgesamt war das Ergebnis von der starken Verbesserung der Portfolioqualität begünstigt, die zu vergleichsweise geringen Zuführungen in die Risikovorsorge führten. Zudem konnten über 14 Millionen EUR aus bereits abgeschrieben Krediten zurückgeführt werden. Trotz der insgesamt sehr geringen Aufwendungen für die Risikovorsorge hat sich der Risikodeckungsgrad der notleidenden Kredite auf über 90 % erhöht – ein Niveau, das wir als komfortabel erachten.

Der Zinsüberschuss reduzierte sich im Vergleich zum Vorjahr, wies aber unterjährig erstmals seit sehr langer Zeit wieder einen positiven Trend aus. Auch hier zeigt sich: Das Ende der Transformationsphase ist sehr nahe. Wir erwarten, dass die negativen Effekte auf das Zinseinkommen, vor allem durch den Abbau von Kleinstkrediten, weiter abflachen werden und wir sehr bald solide Wachstumszahlen im Zinsüberschuss präsentieren können.

Das Konzernergebnis entspricht einer verbesserten Eigenkapitalrendite von 7,6 %, nach 7,1 % im Jahr 2017. Damit lag die Profitabilität im Rahmen unserer Prognose. Hierbei ist jedoch hervorzuheben, dass mit der Erhöhung unseres Grundkapitals im Februar 2018 das Ergebnis auf einer deutlich erhöhten Kapitalbasis erreicht wurde. Das Kosten-Ertrags-Verhältnis lag mit 70,2 % leicht über unseren Erwartungen, hat sich aber im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessert.

Unter Berücksichtigung der weiterhin komfortablen Kapitallage schlagen die ProCredit General Partner AG und der Aufsichtsrat der ProCredit Holding AG & Co. KGaA vor, wie in den beiden Jahren zuvor ein Drittel des Konzernergebnisses (17,7 Millionen EUR) als Dividende auszuschütten. Dies entspricht jetzt einem Betrag von 30 Cent je Aktie. Aufgrund des angestiegenen Jahresüberschusses steigt die Dividende als absoluter Betrag gegenüber dem Vorjahr um 3 Cent an.

VIER

Kommen wir nun zum vierten Highlight, den in 2018 gestellten Weichen für ein profitables Wachstum in Verbindung mit den Entwicklungen im ersten Quartal 2019.

Wie bereits im letzten Jahr erwähnt, konnten wir im Februar 2018 unsere Kapitalbasis dank einer erfolgreichen Kapitalerhöhung von 61 Mio. EUR erhöhen. Somit ist der Grundstein für zukünftiges Wachstum gelegt.

Ein weiterer wichtiger Meilenstein war die Unterzeichnung einer Vereinbarung mit der IFC im aktuellen Jahr. In deren Rahmen wird IFC Green Bonds der ProCredit Holding im Gesamtwert von 90 Mio. US-Dollar zeichnen. Dies wird zur Finanzierung weiterer „grüner“ Investitionen der KMU-Kunden unserer Banken verwendet. Nach unserer Kenntnis werden damit auf dem deutschen Markt erstmals von einer Finanzinstitution speziell auf die Finanzierung „grüner“ Investitionen von KMU in Schwellenländern abzielende Green Bonds begeben.

Im Vorjahr haben wir die Fokussierung auf unser Kerngeschäft fortgesetzt und unsere verbleibende Geschäftstätigkeit in Mexiko verkauft. Darüber hinaus können wir Ihnen heute berichten, dass wir vor wenigen Wochen auch eine Vereinbarung zum Verkauf unserer Bank

in Kolumbien treffen konnten. Wir sind zuversichtlich, dass die Transaktion die Zustimmung der kolumbianischen Behörden finden wird und im Laufe des Jahres 2019 abgeschlossen werden kann.

Ebenfalls in diesem Jahr würdigte Fitch Ratings die stetige Verbesserung unserer Portfolioqualität in 2018 sowie die weiter verbesserte Kapitallage der Gruppe mit einem Anstieg des Viability Ratings von bb- auf bb.

Abgesehen von diesen erfreulichen Nachrichten verlief der Anfang des Jahres 2019 nach Plan. Unseren Wachstumskurs konnten wir weiter fortsetzen. Das Kreditportfolio stieg um 73 Millionen EUR während sich unsere Portfolioqualitätsindikatoren auf dem hohen Niveau des Jahresendes hielten. Auf der Einlagenseite freuen wir uns besonders, dass der für das erste Quartal übliche Rückgang des Einlagenvolumens in diesem Jahr deutlich niedriger ausgefallen ist als sonst. Insbesondere die Privatkundeneinlagen stabilisierten sich deutlich und weisen in vielen Banken bereits respektable Wachstumszahlen aus.

Das Konzernergebnis entsprach mit 10,7 Mio. EUR unseren Erwartungen. Hier sind bereits erwartete negative Ergebniseffekte aus dem bevorstehenden Verkauf der ProCredit Bank in Kolumbien berücksichtigt.

Wenden wir uns nun der Zukunft zu: Gabriel wird Ihnen die strategischen Ziele unseres Konzerns und den Ausblick für 2019 darstellen.

Wie wir bereits gehört haben, sind wir alles in allem solide in das Jahr 2019 gestartet. Das stimmt uns für den weiteren Verlauf des Geschäftsjahres zuversichtlich. Wir bestätigen unsere Gesamtjahresprognosen.

Wohin soll unser Weg also führen? Welche Entwicklungen können wir für den Rest des Jahres 2019 erwarten und was können unsere Stakeholder von uns erwarten?

Wir rechnen nicht mit einer wesentlichen Veränderung des makroökonomischen Umfelds, das weiterhin von einem Klima der Unsicherheit und der Gefahr von Abwärtsrisiken geprägt sein wird. Dennoch sind wir zuversichtlich, dass wir für die kommenden Herausforderungen sehr gut gerüstet sind. Unsere jahrzehntelange Erfahrung in unseren Märkten und unsere stabilen Geschäftsergebnisse stimmen uns optimistisch für die weiterhin starke Entwicklung der ProCredit Gruppe.

Wie im Jahr 2018, liegt unser Hauptaugenmerk auch im Jahr 2019 auf der Gewinnung neuer Kunden, die unserem Zielprofil entsprechen. Unsere Neukunden wollen wir sowohl unter den dynamischsten und innovativsten KMU in unseren Märkten als auch unter den zukunftsorientierten Privatkunden gewinnen. Um weiterhin innovative technologische Lösungen anbieten zu können, werden wir weiter an der Verbesserung unserer digitalen Dienste arbeiten. Ein weiteres Großprojekt für 2019 und 2020 wird die Zentralisierung unseres Backoffice-IT-Betriebs sein.

Durch diese Maßnahmen und die angestrebten Skaleneffekte wollen wir unser Kosten-Ertrags-Verhältnis 2019 auf unter 70 % senken. Darüber hinaus erwarten wir ein weiteres Jahr mit einem starken Wachstum unseres Bruttokreditportfolios, das um 10 bis 13 % zulegen soll. Wir denken, es versteht sich von selbst, dass wir dieses Wachstum erreichen wollen, ohne Kompromisse im Kreditrisikomanagement einzugehen. Dies, gepaart mit unseren sorgfältigen Kundenauswahlverfahren und der nachgewiesenen Kompetenz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sollte es uns ermöglichen, unsere außerordentlich hohe Portfolioqualität zu

erhalten. Basierend auf dieser soliden Grundlage gehen wir für das laufende Geschäftsjahr von einem Konzernergebnis zwischen 48 und 55 Mio. EUR aus.

Nehmen wir uns zum Schluss einen Moment Zeit für ein kurzes Resümee:

Wir haben in den letzten Jahren unser Geschäftsmodell erfolgreich auf zwei solide Säulen neu ausgerichtet, das KMU Geschäft sowie ProCredit Direct für Privatkunden. Wir möchten in den Ländern unserer Geschäftstätigkeit unseren Stand als führende Mittelstandsbank weiter festigen und uns zusätzlich als moderne Direktbank weiter etablieren. Hierfür sehen wir die Weichen gestellt.

Abschließend möchten wir uns bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr unermüdliches Engagement für die Gruppe herzlich bedanken – ohne sie wären wir nicht da, wo wir heute sind.

Ihnen, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, danken wir für Ihr Vertrauen im vergangenen Jahr. Wir blicken mit großer Zuversicht in die Zukunft und hoffen sehr, dass Sie uns auch weiterhin auf diesem Weg begleiten werden.