



# REPORT

2023





# Inhalt.


2

Über uns	3
Kennzahlen	4
Vorwort des Vorstands	5
Unser Vorstand	6
Die Unternehmen der CA PFM-Gruppe	7
Drei Kräfte - eine Strategie	8
„Uns erwarten Entwicklungen mit enormem Potenzial.“	9
Daten & Fakten	10
Wesentliche Ergebnisse	11
Rückblick auf das Geschäftsjahr 2023	12
5-Jahresübersicht	16
Impressum & Kontakt	17

## NAVIGATION

Dieses interaktive PDF unseres Reports ist für die Nutzung mit Adobe Acrobat optimiert. Verlinkte Inhaltsverzeichnisse gewährleisten eine einfache Navigation. Mit der Mauszeigerfunktion lassen sich, wenn das PDF auf den Desktop heruntergeladen ist, verborgene Inhalte sichtbar machen. Es gibt folgende Funktionsbuttons:

-  Inhaltsverzeichnis
-  Seite zurück / vor
-  Zu vorheriger Seite
-  Suchen

 Mit der Mauszeigerfunktion lassen sich verborgene Inhalte sichtbar machen. Dazu PDF auf Desktop herunterladen.

Besuchen Sie auch unseren digitalen Unternehmensbericht „Mehr für euch!“ mit vielen spannenden Geschichten unter [www.creditplus.de/unternehmensbericht-2023](http://www.creditplus.de/unternehmensbericht-2023)

# Über uns.

Die Creditplus Bank ist ein stark wachsendes Kreditinstitut mit den Schwerpunkten Absatzfinanzierung, Konsumentenkredite und Händlerfinanzierung. Als Teil der Crédit Agricole kann sie auf die Finanzkraft einer der führenden internationalen Finanzgruppen zurückgreifen.

Getreu ihrem Anspruch „**100 % digital, 100 % menschlich**“ erfüllt die Creditplus die Wünsche der Kundinnen und Kunden – sowohl online als auch offline. Die Aktiengesellschaft mit Sitz in Stuttgart beschäftigt mehr als 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ist mit 21 Filialen bundesweit vertreten.

Kontinuierlich entwickelt die Creditplus ihr digitales und nachhaltiges Produkt- und Serviceportfolio weiter, um intelligente Lösungen für das Banking der Zukunft zu gestalten. Das Ziel ist, Deutschlands führende Bank im Bereich der nachhaltigkeitsorientierten Konsumfinanzierung zu werden.

## Kennzahlen.

**>500.000**  ZUFRIEDENE  
KUNDINNEN  
UND KUNDEN

**727**  MITARBEITENDE

**36 %**  FRAUEN IN  
FÜHRUNGSPPOSITIONEN

**25**  NATIONALITÄTEN

**20**  FILIALEN **+1**  ONLINE-FILIALE

**>60**  JAHRE  
ERFAHRUNG



# Vorwort des Vorstands.

5

**Amir Djourabtchi**

Chief Executive Officer der Creditplus Bank

## Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2023 hat uns alle – Politik, Wirtschaft und Gesellschaft – abermals durch schwere Krisen erschüttert und gefordert. Der anhaltende Krieg in der Ukraine, der Nahostkonflikt in seiner neuen Härte sowie die über weite Teile des Jahres hohe Inflation mit ihren Effekten auf die globale wirtschaftliche Entwicklung hinterließen Spuren.

Unsere Kundinnen und Kunden waren mit einem deutlichen Anstieg der Lebenshaltungskosten belastet, unsere Partner mit großen Herausforderungen für ihr Geschäftsmodell konfrontiert. Unser Anliegen ist es, gerade in schwierigen Zeiten den größtmöglichen Mehrwert durch einen umfassenden Service und eine perfekt angepasste Produktpalette zu bieten. Die Zufriedenheit der Kundinnen, Kunden und Partner zu gewährleisten, hat für uns stets oberste Priorität.

Unsere Fähigkeit, schnell und flexibel auf Ereignisse reagieren zu können, erwies sich im vergangenen Jahr als klarer Wettbewerbsvorteil. Wir waren mit qualifizierten und hochmotivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern am Markt. Gemeinsam haben wir eine klare, zukunftsorientierte Route eingeschlagen. Unser Motto und Anspruch zugleich: **100 % digital, 100 % menschlich.**

Die Automatisierung von Prozessen und die Unterstützung der nachhaltigen Transformation bleiben die zentralen Aufgaben für die gesamte

Finanzindustrie. Die Creditplus Bank ist auf einem guten Weg: Wir haben uns gruppenweite Dekarbonisierungsziele gesetzt und Geschäftsprozesse angepasst. Wir bauen unsere Marktpräsenz weiter aus und nutzen neue Geschäftschancen.

Gleichzeitig haben sich die Aussichten für die Weltwirtschaft etwas aufgehellt, die Zinssituation scheint sich zu normalisieren – wenn auch die geopolitischen Risiken und Konflikte wesentliche Belastungsfaktoren bleiben werden. Wir blicken optimistisch auf das Geschäftsjahr 2024. Wir wollen unsere Wachstumsstrategie weiter vorantreiben, im Konsumentenkredit- und Leasinggeschäft wachsen und erhoffen uns eine Stabilisierung der Neugeschäftsmargen.

Im Namen des gesamten Vorstands möchte ich mich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kundinnen und Kunden sowie Partnern für die Treue und das Vertrauen bedanken.

Ihr

Amir Djourabtchi

Chief Executive Officer der Creditplus Bank

# Unser Vorstand.

6

**Amir Djourabtchi**  
Chief Executive Officer

**Pietro Saija**  
Chief Financial & Credit Officer

**Karim el Abiary**  
Chief Operating Officer



**Christian Frey**  
Chief Commercial Officer

# Die Unternehmen der CA PFM-Gruppe.

7

Die Creditplus Bank ist eine 100-prozentige Tochter des Konsumfinanzierungsspezialisten CA Consumer Finance und gehört somit zur französischen Bankengruppe Crédit Agricole.



## CRÉDIT AGRICOLE GRUPPE

Die Crédit Agricole Gruppe ist der wichtigste Finanzpartner der französischen Wirtschaft und eine der größten Banken in Europa. Crédit Agricole belegt in Europa Spitzenpositionen in den Bereichen Bankassekuranz und Vermögensverwaltung. Zudem ist sie der Nummer 1-Kreditgeber für die französische Wirtschaft und der Top-Immobilieninvestor in Frankreich. Dank ihres starken genossenschaftlichen Fundaments und der 145.000 Mitarbeitenden ist die Crédit Agricole Gruppe eine verantwortungsvolle, engagierte und leistungsstarke Bank, die 53 Millionen Kundinnen und Kunden sowie 11,5 Millionen genossenschaftliche Mitglieder betreut.

[WWW.CREDIT-AGRICOLE.COM](http://WWW.CREDIT-AGRICOLE.COM)

100%



## CA PERSONAL FINANCE & MOBILITY (CA PFM)

Die Muttergesellschaft der Creditplus Bank ist einer der größten internationalen Anbieter für Konsumentenkredite und in 22 Ländern vertreten. Als einer der Hauptakteure in Europa bietet CA PFM eine umfangreiche Auswahl an Finanzierungs- und Versicherungslösungen an und deckt sämtliche Bereiche der Konsumfinanzierung ab. Um ihre Selbstfinanzierungsziele zu erreichen, bietet CA PFM in Deutschland seit Januar 2014 unter eigener Marke erfolgreich Festgelder zu unterschiedlichen Laufzeiten an.

[WWW.CA-PERSONALFINANCEMOBILITY.COM](http://WWW.CA-PERSONALFINANCEMOBILITY.COM)

100%

**Creditplus**  
CRÉDIT AGRICOLE GROUP

BELGIEN  
CHINA  
DÄNEMARK  
DEUTSCHLAND  
FINNLAND  
FRANKREICH  
GRIECHENLAND  
IRLAND  
ITALIEN  
LUXEMBURG  
MAROKKO  
MONACO  
NIEDERLANDE  
NORWEGEN  
ÖSTERREICH  
POLEN  
PORTUGAL  
SCHWEDEN  
SCHWEIZ  
SPANIEN  
TSCHECHIEN  
VEREINIGTES KÖNIGREICH

22

CA Personal Finance & Mobility gehört zu den größten internationalen Anbietern für Konsumentenkredite und ist in 22 Ländern weltweit präsent.

# Drei Kräfte – eine Strategie.

8

Wer erfolgreich in die Zukunft steuern will, braucht verlässliche Koordinaten. Wir von der Creditplus Bank haben einen Wegweiser entwickelt, der uns nachhaltig, sozial und verantwortungsvoll handeln lässt. Jeden Tag arbeiten wir im Interesse unserer Kundinnen, Kunden und der Gesellschaft. Indem wir vereinen, was uns besonders am Herzen liegt:





# „Uns erwarten Entwicklungen mit enormem Potenzial.“

Dank einer starken Strategie blickt Stéphane Priami, Chief Executive Officer (CEO) der Crédit Agricole Personal Finance & Mobility, optimistisch in die Zukunft.

## Wir müssen die Dynamik nutzen!

„In einem noch nie da gewesenen Umfeld kurzfristiger Unsicherheit und langfristiger Sichtbarkeit sind wir unserer Vision treu geblieben, jeden Tag im Interesse unserer Kundinnen, Kunden und der Gesellschaft zu handeln. Unser Blick ist mehr denn je in die Zukunft gerichtet. Wir wollen unseren Kundinnen, Kunden und Partnern nützliche Lösungen bieten und uns gleichzeitig für die großen gesellschaftlichen Veränderungen und den technologischen Fortschritt einsetzen. Angesichts des enormen Entwicklungspotenzials in der nachhaltigen Wirtschaft, bei der Digitalisierung und der künstlichen Intelligenz liegt es an uns, diese Dynamik zu nutzen und unsere führende Position in Europa zu festigen.“

## So stellen wir unsere Fähigkeiten unter Beweis!

„Mit der Umbenennung in Crédit Agricole Personal Finance & Mobility stellen wir einmal mehr unsere Fähigkeiten unter Beweis, uns zu modernisieren, um den neuen Ansprüchen unserer Kundinnen und Kunden gerecht zu werden und sie bei ihrer energetischen und ökologischen Konsumumstellung zu begleiten – ganz gleich, ob es um die Renovierung ihres Hauses, die Entwicklung in Richtung Elektromobilität oder den Kauf von Haushaltsgeräten mit geringerem Energieverbrauch in mehreren Monatsraten geht.“

**Stéphane Priami**  
Chief Executive Officer  
(CEO) der Crédit  
Agricole Personal  
Finance & Mobility



## Die Entwicklung geht vom Eigentum zur Leihgabe!

„In nur zwei Jahrzehnten haben sich die Bedürfnisse und Gewohnheiten der Konsumentinnen und Konsumenten grundlegend geändert. Das Aufkommen neuer Technologien, verbunden mit einem wachsenden Umwelt- und Gesellschaftsbewusstsein, hat neue Produkte entstehen lassen. Die Menschen bewegen sich immer mehr in Richtung Nutzung statt Besitz, insbesondere im Hinblick auf Mobilität, sie bevorzugen Mietlösungen statt eines eigenen Autos, sie konsumieren verantwortungsbewusster und überlegter.“

## Wir wollen den Fortschritt allen zugänglich machen!

„Soziale Verantwortung und ethische Grundsätze leiten unser Handeln. Wir arbeiten im Interesse der gesamten Gesellschaft, um den Fortschritt für alle zugänglich zu machen und um die Entwicklung der Bedürfnisse und die großen gesellschaftlichen Veränderungen zu begleiten. Wir wollen den Zugang zu grünen Technologien demokratisieren. Mit Krediten, die für möglichst viele Menschen zugänglich sind.“

# Daten & Fakten.



# Wesentliche Ergebnisse.

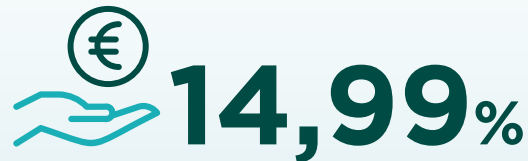
11

Enorme wirtschaftliche Herausforderungen und geopolitische Krisen prägten die Stimmung im vergangenen Jahr. Die Kreditnachfrage der Verbraucher:innen litt unter den gestiegenen Zinsen und der hohen Inflation. Das Neugeschäftsvolumen ging in der Folge um knapp 7% zurück. Mit einem Jahresüberschuss von 5,1 Mio. EUR im Jahr 2023 konnten wir unser angestrebtes Ziel zwar nicht erreichen, die Bilanzsumme der Creditplus wuchs aber dennoch um 30% und unsere Gesamtkapitalquote lag bei stabilen 14,99%.



## ANSTIEG DER BILANZSUMME

Die Bilanzsumme der Creditplus Bank wuchs von 6,8 Mrd. EUR auf 8,8 Mrd. EUR im Jahr 2023.



## GESAMTKAPITALQUOTE

Unser Eigenkapital wuchs im Jahr 2023 um mehr als 40 Mio. EUR auf insgesamt 322,0 Mio. EUR.



## RÜCKGANG NEUGESCHÄFTSVOLUMEN

Das Volumen nahm u. a. durch den bewussten Verzicht auf risikoreiches Geschäft um knapp 7% ab.

## BUSINESS PARTNER VERZEICHNET



2023 konnten wir unser Neugeschäftsvolumen im Geschäftsfeld Business Partner um 7,5% ausweiten.

## NEUGESCHÄFT MIT KONSUMENTENKREDITEN

in Mio. EUR



## KUNDENFORDERUNGEN (BRUTTO)

in Mio. EUR



# Rückblick auf das Geschäftsjahr 2023.

12

## Was unsere Zahlen sagen

Krisenmodus – der Begriff, den die Gesellschaft für deutsche Sprache zum Wort des Jahres 2023 kürte, beschreibt nicht nur die allgemeine Verunsicherung in Zeiten zahlloser geopolitischer Krisenherde und einer schwächelnden Konjunktur, sondern auch die Stimmung in weiten Teilen der deutschen Wirtschaft im vergangenen Jahr.

Die Kreditnachfrage der Verbraucher:innen litt zudem unter den gestiegenen Zinsen und den gesunkenen verfügbaren Einkommen infolge der hohen Inflation. In diesem Umfeld haben auch wir im vergangenen Jahr unsere Kreditvergabepaxis angepasst und bewusst auf risikoreicheres Geschäft verzichtet. In der Folge ging unser Neugeschäftsvolumen um knapp 7% zurück.

Mit einem Jahresüberschuss von 5,1 Mio. EUR im Jahr 2023 haben wir unser Ziel eines Gewinns in einer Bandbreite von 10 bis 14 Mio. EUR verfehlt. Ursache hierfür waren vor allem über Plan liegende Abschreibungen und Wertberichtigungen aufgrund höherer Risikokosten. Unsere Bilanzrelationen stellen sich zum Jahresende 2023 dennoch gewohnt solide dar. So betrug unser Eigenkapital zum 31. Dezember 2023 322,0 Mio. EUR – eine Zunahme um mehr als 40 Mio. EUR – und unsere Gesamtkapitalquote lag bei 14,99%.

## Wie unsere Geschäfte liefen

Das Neugeschäftsvolumen der Creditplus Bank sank im Jahr 2023 um 6,7%. Der Rückgang war in erster Linie die Folge der geringeren Kreditnachfrage der Verbraucher:innen und unserer vorsichtigen und risikoaversen Kreditvergabepaxis, insbesondere bei großvolumigen Krediten. Damit reagierten wir auf das im Jahresverlauf schwieriger werdende wirtschaftliche Umfeld. Rückläufige Volumina waren vor allem im Filialgeschäft und im E-Finance-Bereich zu verzeichnen, die von den Zuwächsen im Geschäftsfeld Business Partner nicht kompensiert werden konnten.

### Deutliches Minus im Direktgeschäft

Im Direktgeschäft ging das Neugeschäftsvolumen gegenüber dem Vorjahr um 19,4% zurück. Aufgrund der erwähnten vorsichtigen Kreditvergabepaxis sank das Neugeschäft im E-Finance-Bereich besonders deutlich um 28,5%. Bei dem Rückgang ist auch zu berücksichtigen, dass wir in diesem Geschäftsfeld in den Vorjahren ein starkes Wachstum erzielt hatten und die Vergleichsbasis entsprechend sehr hoch war.

Im Filialgeschäft fiel der Rückgang mit 11,7% moderater aus. Auch hier lag unser Fokus auf einer vorsichtigen und risikoreduzierten Kreditvergabe, wodurch wir bewusst auf Neugeschäftsvolumen verzichtet haben. Gleichzeitig haben wir im Jahr 2023 unsere Produktpalette um neue Versicherungsprodukte erweitert und unseren Vertriebsfokus verstärkt auf Bausparprodukte und Restkreditversicherungen gerichtet.

## Erfreulicher Zuwachs im Geschäftsfeld Business Partner

Trotz des schwierigen Umfelds konnten wir unser Neugeschäftsvolumen im Geschäftsfeld Business Partner im vergangenen Jahr um 7,5% ausweiten.

- Im Segment Automotive profitierten wir insbesondere von den wieder steigenden Neuzulassungszahlen von Pkw in Deutschland aufgrund von Nachholeffekten. Unser Wachstum war zudem von der Gewinnung weiterer Händler im Bereich Non-Captive getragen. Insgesamt erzielten wir im Segment Automotive einen Zuwachs des Neugeschäftsvolumens von 4,9%.
- In unserem Leasinggeschäft, in dem wir einen starken Fokus auf das Leasing von Zweirädern und Pkw legen, stieg das Neugeschäft um 39,9%. Insbesondere das Gebrauchtwagensegment trug zu dem starken Wachstum bei.
- Im Segment Household Equipment nahm das Neugeschäft im Geschäftsjahr 2023 um 5,4% zu. Während im Bereich Möbel und Küchen ein leichtes Wachstum erzielt werden konnte, steigerte der Bereich Elektronik das Neugeschäftsvolumen deutlich. Dies war vor allem der Einführung attraktiver Produkte mit einer 0%-Finanzierung für 24 Monate zu verdanken.



## Rückgang im Geschäftsfeld Partnerbanking nach sehr starkem Wachstum im Vorjahr

Im Geschäftsfeld Partnerbanking fiel das Neugeschäftsvolumen im Vergleich zum Vorjahr um 24,8%. Bei dieser Entwicklung ist der sehr starke Anstieg des Geschäftsvolumens im Vorjahr zu berücksichtigen.

## Welche Themen im Fokus standen

### Neue Wachstumsstrategie „MTP25“

Im Rahmen eines Strategieprozesses aktualisierte die CA PFM-Gruppe ihre Wachstumsstrategie im Hinblick auf das Jahr 2025. Die neue gruppenweite Strategie „MTP25“ ist im Wesentlichen von Kontinuität bezüglich der unternehmensweiten Zielsetzungen geprägt – mit folgenden strategischen Schwerpunkten für die Creditplus Bank:

#### 1. Organisches Wachstum

Ziel ist ein nachhaltig profitables Wachstum auf Basis der bestehenden Vertriebskanäle.

#### 2. Entwicklung von Partnerschaften

Pflege und Ausbau bestehender, aber auch Aufbau neuer Partnerschaften als eine der wesentlichen Säulen innerhalb der Vertriebskanäle.

#### 3. Mobilität der Zukunft

Marktführende und zukunftsorientierte Produkte und Services, um unsere Kundinnen, Kunden und Partner bei der Transformation in der Automobilbranche bestmöglich zu unterstützen.

## 4. Zielgerichtete Akquisitionen

Für nachhaltig profitables Wachstum im deutschen Markt hat die CA PFM-Gruppe auch anorganisches Wachstum als mögliche Option identifiziert.

Eine wichtige Grundlage der strategischen Ausrichtung sind die gruppenweiten Unternehmenswerte. Neben den vier Werten der Gruppe – Innovationskraft, Kundennähe, Engagement und Teamgeist – steht für die Creditplus Bank als fünfter Wert „Partnerschaft“ im Mittelpunkt.

### Eng verzahnte Business- und IT-Strategie

Für eine Bank wie die Creditplus Bank, deren Geschäftsprozesse in hohem Maße digitalisiert sind, ist eine zukunftsfähige IT-Architektur ein entscheidender Wettbewerbsvorteil. Im Berichtsjahr stand bei der Umsetzung unserer Business- und IT-Strategie daher vor allem die weitere Verbesserung der Customer Experience im Mittelpunkt – beispielsweise durch die Modernisierung unserer Scoring- und Core-Banking-Lösungen und die vollständige Neuentwicklung einer modernen Antragsstrecke für den Bereich Partnerbanking, mit der Kreditanträge noch schneller und einfacher gestellt werden können.

### Digitalisierung sorgt für mehr Effizienz

Im Einklang mit der Business- und IT-Strategie haben wir 2023 wie bereits im Vorjahr vor allem Initiativen rund um die Modernisierung unserer Kundenschnittstellen verfolgt. Ein Schwerpunkt lag auf der Entwicklung und Einführung neuer Frontend-Lösungen im Bereich Partnerbanking. Diese bieten eine verbesserte Benutzererfahrung und steigern so die Effizienz im Antragsprozess erheblich. Zudem haben wir neue maßgeschneiderte Versicherungsprodukte eingeführt, die vollintegriert über unsere

Filialantragsstrecke vertrieben werden. Bei unseren Backend-Systemen lag der Fokus auf dem Upgrade unseres Core-Banking-Systems, mit dem wir unsere IT-Strukturen fit für das geplante weitere Wachstum der Bank gemacht haben.

### Kontinuierliche Verbesserung der IT-Sicherheit

Neben den laufenden Verbesserungen der Systeme lag im Geschäftsjahr 2023 ein besonderer Fokus auf der Weiterentwicklung des Informationssicherheitsmanagementsystems, der Steuerung von Informationsrisiken und der Vorbereitung auf die neue Verordnung „Digital Operational Resilience Act“ der Europäischen Kommission, mit der ein einheitlicher Rahmen für ein effektives und umfassendes Management von Cybersicherheits- und IKT-Risiken geschaffen wird.

## Was für unsere Mitarbeitenden wichtig war

### Attraktives Arbeitsumfeld

Für das vielfältige Angebot an internen und externen Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen haben wir 2023 einen mittleren sechsstelligen Betrag aufgewendet. Neben regelmäßigen Pflichtschulungen für alle Mitarbeitenden hat deutlich mehr als die Hälfte der Belegschaft zudem an individuellen Schulungsmaßnahmen teilgenommen. Diese sind auf die jeweiligen Entwicklungsbedarfe der Mitarbeitenden ausgerichtet und decken ein breites Themenspektrum ab. Neben internen Schulungen mit Referierenden aus den Fachbereichen stehen den Mitarbeitenden auch eine Vielzahl an fachlichen und persönlichkeitsentwickelnden Trainings zur Verfügung.

Ein Schwerpunkt lag im vergangenen Jahr auf fachlichen Schulungsmaßnahmen für IT-Anwendungen. Ein weiterer Fokus war auf persönlichkeitsentwickelnde Schulungsmaßnahmen gerichtet. Im Zuge einer neuen Produkteinführung wurde zudem eine große Anzahl von Mitarbeitenden im Themengebiet „Versicherungen“ geschult. Durch die zunehmende Internationalisierung kam auch Sprachkursen eine wachsende Bedeutung zu.

### Zahlen und Fakten

- Ende 2023 waren 727 Mitarbeiter:innen bei der Creditplus Bank beschäftigt.
- 14 davon waren Auszubildende.
- Der Frauenanteil an der Gesamtbelegschaft lag bei 50,4%. In Führungspositionen stellte sich der Anteil wie folgt dar: 16,6% im Aufsichtsrat, 0% im Vorstand, 36,0% in den Führungsebenen darunter.

### In welchem Umfeld wir uns bewegen

Die deutsche Wirtschaft litt im Jahr 2023 unter dem von zahlreichen Krisen geprägten globalen Umfeld. Das geringe Wachstum der Weltwirtschaft – ausgelöst durch die Zinserhöhungen vieler Notenbanken, die hohe Inflation und den Krieg in der Ukraine – führte zu einem Rückgang der Exporttätigkeit. Zudem belasteten die hohen Energiepreise. Die Bauindustrie litt darüber hinaus unter den schwierigeren Finanzierungsbedingungen. Diese Faktoren führten in Summe dazu, dass die Wirtschaftsleistung in Deutschland im Jahr 2023 zurückging. So sank das deutsche Bruttoinlandsprodukt auf Gesamtjahressicht um 0,3%.

Für die Creditplus Bank als ein auf Konsumentenkredite und Absatzfinanzierung spezialisiertes Kreditinstitut sind die privaten Konsumausgaben ein entscheidender Faktor für die Geschäftstätigkeit. Auf preisbereinigter Basis nahmen diese 2023 um 0,8% im Vergleich zum Vorjahr ab, hauptsächlich infolge der hohen Verbraucherpreise, die zu einem Rückgang des Verbrauchervertrauens und einer Kaufzurückhaltung führten.

### Wie sich der Markt entwickelt hat

Zwar ging die Inflationsrate in der Eurozone im Jahresverlauf 2023 spürbar zurück, dennoch lag der Anstieg der Lebenshaltungskosten zum Jahresende 2023 immer noch über der Zielsetzung der EZB von 2%. Entsprechend setzte die EZB ihre restriktive Zinspolitik zunächst fort. Erst im September 2023 signalisierte die EZB dann, dass mit keinen weiteren Zinserhöhungen zu rechnen ist.

Die Zinsen für Ratenkredite stiegen im Jahr 2023 weiter an und erreichten den höchsten Stand seit 2009. Die steigenden Kreditzinsen in Verbindung mit der hohen Inflation belasten insbesondere einkommensschwache Haushalte. Entsprechend ist die wirtschaftliche Lage vieler Haushalte in Deutschland angespannt und eine steigende Anzahl von Menschen hat Schwierigkeiten, ihren Zahlungsverpflichtungen nachzukommen. Positiv wirken dagegen der stabile Arbeitsmarkt und die relativ hohen Tarifabschlüsse.

- Der gesamte Bestand an Konsumentenkrediten in Deutschland ging im Vergleich zu 2022 leicht um 0,5% zurück.
- Der Bestand an Ratenkrediten, die den größten Teil der Konsumentenkredite ausmachen, sank ebenfalls leicht um 0,2%.
- Die Regional- und sonstigen Kreditbanken, zu denen auch die Creditplus Bank zählt, erreichten einen Marktanteil von 50,9% – ein Plus von 1,9 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Damit nahm mehr als die Hälfte der Konsumentinnen und Konsumenten in Deutschland Ratenkredite nicht bei der klassischen Hausbank auf.

Insgesamt war das Markt- und Wettbewerbsumfeld der Bankenbranche 2023 erneut von hoher Dynamik geprägt. Durch die weiter voranschreitende Digitalisierung der Finanzlandschaft hat sich das Kundenverhalten in Bezug auf die Nutzung von Finanzdienstleistungen nachhaltig verändert, insbesondere die Kundenzugangswegewege. 90% der Internetnutzer erledigen ihre Bankgeschäfte inzwischen online. Auch bei Ratenkrediten erfolgen immer mehr Abschlüsse über das Internet. Entscheidend für den Erfolg einer Bank ist daher vor allem ihre Fähigkeit, sich dem veränderten Umfeld anzupassen. Aufgrund dieser Rahmenbedingungen ist davon auszugehen, dass sich der seit Jahren zu beobachtende Trend der Filialschließungen in Deutschland weiter fortsetzen wird.



## Wie wir nach vorn blicken

Die Creditplus Bank wird im Geschäftsjahr 2024 ihre Wachstumsstrategie weiter vorantreiben, so wie die Transformation hin zu einem nachhaltig und digital ausgerichteten Unternehmen. Die Planung für 2024 sieht ein Wachstum im Konsumentenkredit- und Leasinggeschäft von 1,7% vor. Unter der Annahme eines leichten Rückgangs der Risikokosten erwarten wir einen Jahresüberschuss in einer Bandbreite von 4 bis 7 Mio. EUR. Wichtige Einflussfaktoren für den weiteren Geschäftsverlauf sehen wir in folgenden Entwicklungen:

### Erholung des privaten Konsums durch nachlassende Inflation

Unser Fokus auf das Konsumentenkreditgeschäft ist eng mit der Entwicklung des privaten Konsums verknüpft. Die rückläufige Inflation, eine stabile Beschäftigungssituation und deutlich steigende Löhne sollten hier positive Impulse setzen. Laut den Prognosen der Bundesregierung ist im Jahr 2024 mit einem Anstieg des privaten Konsums um real 1,8% gegenüber dem Vorjahr zu rechnen.

### Chancen durch sinkendes Zinsniveau

Im September 2023 signalisierte die EZB erstmals, dass mit keinen weiteren Zinserhöhungen zu rechnen ist. Aufkommende Hoffnungen über ein Ende der restriktiven Geldpolitik ließen die Renditen deutscher Staatsanleihen zum Jahresende 2023 bereits deutlich sinken. Niedrigere Refinanzierungskosten würden es Banken ermöglichen, Konsumentenkredite wieder zu günstigeren Konditionen anzubieten. Dies könnte die Kreditnachfrage beleben.

### Chancen durch Spezialisierung

In unserer Spezialisierung auf Konsumentenkredite bzw. konsumentenkreditnahe Produkte und Services entwickeln wir unsere Prozesse stetig weiter, insbesondere durch den verstärkten Einsatz von KI und Machine Learning, unter anderem im Bereich des Kreditentscheidungsprozesses. So stellen etwa unsere Scoring-Systeme, das Datenmanagement und das Mahnwesen entscheidende Wettbewerbsvorteile dar.

### Zusätzliches Potenzial durch Vertriebskooperationen und Partnerschaften

Im Rahmen von Partnerschaften und strategischen Allianzen stellen wir unser Know-how und unsere Abwicklungskompetenz zur Verfügung. Vor allem in den Bereichen Business Partner, Onlinekredite und Partnerbanking arbeiten wir mit einer Vielzahl von Partnern zusammen. Angesichts zunehmender regulatorischer Anforderungen sehen wir Chancen, durch Partnerschaften unsere Vertriebskapazität weiter auszubauen.

### Vorteile durch Zusammenarbeit innerhalb der CA PFM-Gruppe

Die Einbindung der Creditplus Bank in die internationale Konsumfinanzierungsgruppe CA PFM bietet uns, aber auch unseren Partnern vielfältige Chancen. Der Know-how-Transfer innerhalb der Gruppe ermöglicht es, Erfahrungen und Anregungen zu erhalten und weiterzugeben – beispielsweise hinsichtlich der Entwicklung bestimmter Produkte oder der Gestaltung von Arbeitsabläufen. Zudem profitieren wir von der Integration in die Liquiditätsplanung und -steuerung der CA PFM-Gruppe.

# 5-Jahresübersicht.

16

	2023 TEUR	2022 TEUR	2021 TEUR	2020 TEUR	2019 TEUR
<b>Neuzugang</b>					
Business Partner & Partnerbanking	1.330.301	1.290.273	1.248.069	1.204.074	966.566
Filialgeschäft	484.942	549.219	541.429	538.139	566.659
E-Finance	313.242	438.194	400.669	399.306	306.346
Händlerereinkaufsfinanzierung	1.469.999	1.068.514	977.477	969.736	1.028.470
<b>Neuzugang gesamt</b>	<b>3.598.484</b>	<b>3.346.201</b>	<b>3.167.644</b>	<b>3.111.255</b>	<b>2.868.041</b>
<b>Privatkundinnen und -kunden</b>	<b>580.524</b>	<b>546.884</b>	<b>531.777</b>	<b>529.387</b>	<b>475.402</b>
<b>Bilanz nach HGB</b>					
Bilanzsumme	8.835.709	6.798.934	6.620.432	5.041.408	5.547.850
Eigenkapital gem. §10 KWG	469.656	393.362	368.593	321.310	301.774
Forderungen an Kundinnen und Kunden	5.577.417	5.228.365	4.717.406	4.427.027	3.852.689
<b>GuV nach HGB</b>					
Andere Verwaltungsaufwendungen	61.744	54.850	56.511	53.392	48.275
Aufwand für Risikogruppe	64.983	62.252	49.666	53.453	36.847
Ergebnis	5.063	13.761	12.346	15.141	21.798
Zinsüberschuss	210.020	198.422	196.646	169.464	124.097
Provisionsüberschuss	- 27.788	17.637	- 20.975	4.129	38.559
Personalaufwand	53.670	51.725	49.969	48.398	42.075
<b>Mitarbeitende im Geschäftsjahr - Vollzeitequivalenz (Anzahl im Durchschnitt)</b>	<b>666</b>	<b>658</b>	<b>675</b>	<b>694</b>	<b>609</b>

# Impressum & Kontakt.

17

## Herausgeber

Creditplus Bank AG  
Silke Maaß  
Head of Marketing  
Augustenstraße 7  
70178 Stuttgart  
E-Mail: presse@creditplus.de

## Redaktion

Creditplus Bank AG  
Larissa Lewis  
Corporate Communications Managerin

## Konzept, Gestaltung und Umsetzung

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG

## Bilder

Jacob Lund (Titelmotiv, S. 8 u. S. 10)  
Fabian Hensel (S. 5 u. S. 6)  
Crédit Agricole Personal Finance & Mobility (S. 9)