



# REPORT

2024

# Inhalt.

2

Über uns	3
Kennzahlen	4
Vorwort des Vorstands	5
Unser Vorstand	6
Drei Säulen - eine Mission	7
Die Unternehmen der CA PFM-Gruppe	8
Im Interesse der Kundinnen und Kunden	9
Nachhaltigkeit	10
Daten & Fakten	14
Wesentliche Ergebnisse	15
Rückblick auf das Geschäftsjahr 2024	16
5-Jahresübersicht	20
Impressum & Kontakt	21

## 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 „Wissen warum“ mit vielen spannenden Geschichten unter [www.creditplus.de/unternehmensbericht-2024](http://www.creditplus.de/unternehmensbericht-2024)

# 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

**739**  MITARBEITENDE

**35 %**  FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN

**>25**  NATIONALITÄTEN

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

**>60**  JAHRE ERFAHRUNG

# Vorwort des Vorstands.



**Amir Djourabtchi**

Chief Executive Officer der Creditplus Bank

## Liebe Leserinnen und Leser,

wir blicken erneut auf ein Jahr voller Herausforderungen zurück. Für die zahlreichen geopolitischen Konflikte zeichnet sich weiterhin keine Lösung ab und die Politik der neuen US-Administration führt zu zusätzlicher Unsicherheit. Die deutsche Wirtschaft verharrte 2024 in der Rezession, was sich

zunehmend auf dem Arbeitsmarkt und in einer steigenden Zahl von Verbraucherinsolvenzen bemerkbar machte. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass die erhoffte Erholung des privaten Konsums ausblieb.

In diesem Umfeld ist es uns als Bank gelungen, unseren Kundinnen und Kunden innovative und zukunftsweisende Produkte und Dienstleistungen anzubieten und uns als zuverlässiger, vertrauenswürdiger Geschäftspartner zu bewähren. Unsere Fähigkeit, schnell und flexibel auf Ereignisse zu reagieren, erwies sich im Jahr 2024 einmal mehr als große Stärke.

Ein Fokus unserer Produkt- und Prozessentwicklung lag auf der Einführung neuer Versicherungsprodukte, mit denen wir auf die geänderten gesetzlichen Vorgaben reagierten. Seit Jahresbeginn 2025 muss zwischen dem Abschluss eines Kredits und dem Abschluss einer Restschuldversicherung eine einwöchige sogenannte Cooling-off-Phase liegen. Dank unserer neu entwickelten Produkte können unsere Berater dennoch einfach und vollintegriert ein passendes Versicherungsprodukt für die Kundinnen und Kunden auswählen.

Zudem haben wir wichtige Meilensteine auf dem Weg zur „Committed Company“ erreicht. Mit dem neuen Rahmenwerk „Sustainable Finance Framework“ haben wir die Grundlage geschaffen, um unsere Kundinnen und Kunden sowie Partner beim Übergang zu einer nachhaltigen und

klimafreundlichen Wirtschaft zu unterstützen. So bieten wir beispielsweise nachhaltige Festgeldanlagen an, die ausschließlich zur Refinanzierung unseres grünen Portfolios in den Bereichen nachhaltige Mobilität und grüne Gebäude verwendet werden. Seit Anfang dieses Jahres sind wir zudem B Corp zertifiziert – das heißt, wir erfüllen die strengen Kriterien des globalen B Lab Netzwerks in Bezug auf verantwortungsvolles Handeln und Transparenz.

Mit Blick auf das Jahr 2025 halten sich Chancen und Risiken die Waage. Das wirtschaftliche Umfeld wird weiterhin schwierig und vor allem volatil bleiben. Andererseits hat sich die Inflationsrate wieder auf ein Normalniveau zurückgebildet und die EZB hat den dadurch gewonnenen Spielraum für Zinssenkungen genutzt. Wir halten an unserem eingeschlagenen Kurs fest und werden unsere Wachstumsstrategie auch im Jahr 2025 fortführen.

Im Namen des gesamten Vorstands möchte ich mich bei allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kundinnen und Kunden sowie Partnern für ihre Treue und ihr 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

**Christian Frey**  
Chief Commercial Officer



**Karim el Abiary**  
Chief Operating Officer

# Drei Säulen – eine Mission.

7

Es ist Zeit zu handeln, für die Menschen und für den Planeten. Wir von der Creditplus Bank haben einen klaren Kompass entwickelt, der uns nachhaltig, sozial und verantwortungsvoll in die Zukunft steuern lässt. Die Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele der Creditplus unterstützen den Übergang zu einer klimafreundlichen Wirtschaft. Als Spezialist für Konsumfinanzierung richtet die Creditplus ihre Finanzströme schrittweise in den Bereichen Mobilität und Energy Transition aus. Jeden Tag arbeiten wir im Interesse unserer Kundinnen und Kunden – indem wir vereinen, was uns besonders am Herzen liegt:



# Die Unternehmen der CA PFM-Gruppe.

8

Die Creditplus Bank ist eine 100-prozentige Tochter des Konsumfinanzierungsspezialisten CA Personal Finance & Mobility 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 154.000 Mitarbeitenden ist die Crédit Agricole Gruppe eine verantwortungsvolle, engagierte und leistungsstarke Bank, die 54 Millionen Kundinnen und Kunden sowie 11,8 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.

# Im Interesse der Kundinnen und Kunden.

Statement von Stéphane Priami, Chief Executive Officer (CEO) der Crédit Agricole Personal Finance & Mobility

Jeden Tag ein bisschen besser werden. In einer Zeit, in der sich Konsummuster rasant verändern, neue Mobilitätskonzepte auf den Markt drängen und die Umstellung auf eine klimafreundliche Wirtschaft uns alle fordert, sind Anpassung, Kreativität und Innovation wichtiger denn je. Nur wer sich den ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Herausforderungen stellt, ist für die Zukunft gut gerüstet.

Als Teil der französischen Crédit Agricole Gruppe mit ihrer genossenschaftlichen Prägung leiten soziale Verantwortung und ethische Grundsätze unser Handeln. Wir fühlen uns dem Gemeinwohl verpflichtet und arbeiten im Interesse der gesamten Gesellschaft, um die großen wirtschaftlichen Veränderungen zu begleiten. Banken spielen eine entscheidende Rolle bei

der Finanzierung und Förderung des Wandels, sie beschleunigen die Transformation zu einem nachhaltigeren, gerechteren Konsum. Wir wollen den Fortschritt zugänglich machen. Mit Krediten für so viele Menschen wie möglich – ganz gleich, ob es um die Renovierung eines Hauses, den Einstieg in die Elektromobilität oder den Kauf von Haushaltsgeräten mit geringerem Energieverbrauch in mehreren Monatsraten geht.

Im Rahmen des gruppenweiten strategischen Ansatzes „Committed Company“ ist das Thema Nachhaltigkeit eine tragende Säule unserer Geschäftsentwicklung. Die Zertifizierung der Creditplus Bank zur B Corp unterstreicht diesen Anspruch und bietet eine fundierte Grundlage, um unternehmerische Verantwortung messbar und wirksam umzusetzen.

Im Kontext des Wandels, der von der Digitalisierung, den Veränderungen im Verbraucherverhalten und der Energiewende geprägt ist, haben wir uns im vergangenen Jahr mit Crédit Agricole Personal Finance & Mobility einen neuen Namen gegeben, der unsere Ambitionen im Bereich grüne Mobilität und Konsumfinanzierung widerspiegelt. Wir wollen damit zum Ausdruck bringen, wer wir sind und welche Ziele wir für alle unsere Kundinnen, Kunden und Partner in allen Gebieten, in denen wir vertreten sind, verfolgen. Insbesondere der Bereich Mobilität erfordert große finanzielle Investitionen für eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Gesellschaft.



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

# Nachhaltigkeit.

10



# Mit Herz und Verstand in eine gute Zukunft.

Die nachhaltige Strategie der Creditplus Bank basiert auf drei zentralen Säulen: wirtschaftlicher Sicherheit, sozialer Gerechtigkeit und ökologischer Verträglichkeit. Diese Aufgaben sind für uns Motivation und Antrieb. Wir setzen uns aktiv für eine regenerative Wirtschaft ein, indem wir durch ein nachhaltiges Produkt- und Serviceportfolio einen messbaren Beitrag für unsere Kundinnen, Kunden, Partner und die Umwelt leisten.

Angesichts der wachsenden ökologischen Anforderungen und der steigenden Energiepreise werden wir mehr denn je unsere Kundinnen und Kunden bei diesem Wandel unterstützen müssen. Um den Wandel voranzutreiben, werden wir unsere Bemühungen in allen Bereichen fortsetzen – Elektromobilität, notwendige Ladeinfrastruktur, erneuerbare Energien, energetische Gebäudesanierung, nachhaltige Geldanlage. Gleichzeitig arbeiten wir daran, auch unsere eigenen Geschäftsprozesse zu überdenken, zu vereinfachen und zu automatisieren, um unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck im operativen Betrieb schrittweise zu reduzieren.

Anfang dieses Jahres hat die Creditplus die B Corp-Zertifizierung erhalten und damit den erfolgreichen Weg zu einem verantwortungsvoll wirtschaftenden Unternehmen fortgesetzt. Die Zertifizierung gilt als Goldstandard für Unternehmen, die alle Kriterien in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung erfüllen. Das Ziel der B Corp-Bewegung ist es, Wirtschaftssysteme so zu verändern, dass ein Mehrwert für alle – Mitarbeitende, Kundinnen und Kunden, Shareholder, Gesellschaft und Umwelt – geschaffen wird.

**UNSERE ESG-PRODUKTE ZAHLEN DIREKT AUF DIE STRATEGISCHE AUSRICHTUNG DER CREDITPLUS EIN**



Die Commitments der Crédit Agricole Gruppe klar im Blick: Wir wollen unseren positiven Einfluss – den Impact – auf die Gesellschaft und die Umwelt verstärken. So arbeiten wir jeden Tag im Interesse unserer Kundinnen und Kunden, unserer Partner, der Gesellschaft und der Umwelt. Das ist unser Anspruch, den wir innerhalb der Crédit Agricole Gruppe teilen.

## Die ESG-Faktoren

Die Idee vom verantwortungsvollen Wirtschaften bedeutet, dass in unserem Geschäftsmodell die Bereiche Umwelt, Soziales und Unternehmensführung – Environmental, Social, Governance, kurz: „ESG“ – integriert sind. Die klare Differenzierung der einzelnen ESG-Faktoren macht unser Handeln transparent und messbar.

## E – Environmental / Umweltschutz

Klimaschutz ist als fester Bestandteil in der Strategie der Creditplus verankert. Unser Ziel ist, bis 2045 klimaneutral zu sein. Wir unternehmen zahlreiche Anstrengungen, um unseren Carbon Footprint (Gesamtmenge der direkt und indirekt durch Creditplus verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen) sowie die CO<sub>2</sub>-Intensität unseres Kreditportfolios schrittweise zu reduzieren.

## Unsere wesentlichen Maßnahmen

### Sustainable Finance

Mit nachhaltigen Finanzierungen fördern wir die Unternehmensverantwortung bei der Creditplus. Das Ziel ist es, Kapitalströme in nachhaltige Projekte und Unternehmen zu lenken und Risiken, die mit nicht-nachhaltigen Aktivitäten verbunden sind, zu minimieren.

### Überwachung unserer CO<sub>2</sub>-Emissionen

Wir quantifizieren und analysieren unsere klimaschädlichen Emissionen und messen die Ergebnisse über den jährlichen Carbon Footprint Report.

### Ressourcen schonen

Um unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu minimieren, nutzen wir Strom aus erneuerbaren Energien, setzen Energiesparmaßnahmen kontinuierlich um, reduzieren Büroflächen und fördern die umweltfreundliche Mobilität unserer Mitarbeitenden mit Angeboten wie dem Job-Ticket oder dem Job-Bike. Wir unternehmen weniger und nachhaltigere Dienstreisen und veranstalten Awareness-Workshops für unsere Mitarbeitenden, um das Bewusstsein für verantwortungsvolles Handeln zu stärken.

### Freiwillige CO<sub>2</sub>-Kompensation durch Klimaschutzprojekte

Seit 2019 kompensieren wir unsere direkten Emissionen mit einem zertifizierten Waldschutzprojekt in Uganda. Dieses Projekt unterstützt Kleinbauern dabei, ihre Wälder nachhaltig zu bewirtschaften und aufzuforsten. Das Ziel ist, die Lebensqualität der Menschen vor Ort zu steigern und gleichzeitig einen effektiven Beitrag zum Klimaschutz zu

leisten. Dadurch ist das Fundament für eine langfristig nachhaltige Landnutzung gelegt, welche die Absorption von Kohlenstoff durch die Bäume und die Speicherung in deren Biomasse garantiert. Gleichzeitig wird die biologische Diversität unterstützt und das Gemeinwohl verbessert.

## S – Social / Soziales

Wir nehmen unsere Verantwortung als Arbeitgeber aktiv wahr, indem wir eine Unternehmenskultur fördern, die Diversität und Inklusion unterstützt. Angesichts des demografischen Wandels und des drohenden Fachkräftemangels passen wir unsere Arbeitsumgebung an die vielfältigen Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden an. Wir setzen uns für eine Kultur ein, die jeden Einzelnen wertschätzt und fördert, sodass alle ihr volles Potenzial entfalten können.

Uns ist wichtig, dass unsere Mitarbeitenden ein Grundverständnis von den Ursachen und den Zusammenhängen der klimabezogenen Herausforderungen unserer Zeit haben. Dieses grundlegende Wissen ist wichtig, um Risiken und Chancen sowie Handlungsoptionen zu erkennen und gemeinsam aktiv zu werden.

## Unsere wesentlichen Maßnahmen für ein soziales Miteinander

### Unternehmenskultur

Über 25 Nationalitäten sind bei der Creditplus Bank beschäftigt und bereichern unser tägliches Miteinander. Als hundertprozentige Tochter der französischen Crédit Agricole Gruppe fördern wir eine offene und internationale Unternehmenskultur.

### Diversität

Unabhängig von Geschlecht, kulturellem Hintergrund, sexueller Orientierung sollen alle Mitarbeitenden die gleiche Wertschätzung erfahren. Wir achten auf einen toleranten, respektvollen Umgang der Mitarbeitenden untereinander. Daher sind wir auch Unterzeichner der Charta der Vielfalt.

### Chancengleichheit

Wir fördern aktiv die Gleichstellung der Geschlechter und unterstützen Frauen bei der Überwindung von Benachteiligungen.

### Barrierefreiheit und Inklusion

Die Integration von Menschen mit Behinderungen sowie ein barrierefreies Arbeitsumfeld sehen wir als unseren selbstverständlichen Beitrag zu Inklusion und Teilhabe.

## G – Governance / Unternehmensführung

Unser Bekenntnis zur Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung steht im Kern unserer Unternehmensphilosophie. Wir unterstützen auch unsere Kundinnen, Kunden und Partner dabei, sich in diese Richtung weiterzuentwickeln und umweltfreundlicher und sozial verantwortlicher zu handeln. Wir haben eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Governance-Struktur in unsere Strategie implementiert, um auf die Einhaltung von ethischen Grundsätzen und Standards zu achten sowie faire Arbeitsbedingungen weltweit zu fördern.

## Unsere wesentlichen Maßnahmen für eine gute Unternehmensführung

### Ethik-Charta

Nähe, Verantwortung und Solidarität sind die Kernwerte der Ethik-Charta der Crédit Agricole Gruppe. Sie legt unsere ethischen Grundsätze fest und dient als Richtlinie für das Handeln unserer Mitarbeitenden.

### Code of Conduct

Unser Verhaltenskodex übersetzt die Verpflichtungen aus der Ethik-Charta in die Praxis und bildet die Grundlage für das ethische und professionelle Verhalten im Berufsalltag. Der Verhaltenskodex bietet Orientierung und schafft eine Kultur des Vertrauens, der Integrität und der Verantwortung. Wir sagen nein zu Korruption.

## Verantwortungsvolle Kreditvergabe

Wir überprüfen sorgfältig, ob potenzielle Kreditnehmer ihren Kredit zurückzahlen können, ohne sich zu überschulden. Bewusster Umgang mit Finanzen und Aufklärung sind die beste Prävention.

## Verantwortung in der Lieferkette

Die Creditplus achtet auf verantwortungsvolle Beschaffungsprozesse. Lieferanten müssen Fragen zu ihrem nachhaltigen Handeln beantworten und ihre Emissionen offenlegen.

# Daten & Fakten.



# Wesentliche Ergebnisse.

15

Angesichts der zahlreichen geopolitischen Konflikte blieb die Unsicherheit in Deutschland auch im Jahr 2024 hoch. Die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen belasteten auch die Kreditnachfrage. Unser Neugeschäftsvolumen lag nahezu auf dem Niveau des Vorjahres. Dennoch erreichten wir mit einem Jahresüberschuss von 5,3 Mio. EUR unser Ziel eines Gewinns in der angestrebten Bandbreite von 4 bis 7 Mio. EUR. Unser Eigenkapital belief sich zum Jahresende auf 387,6 Mio. EUR und unsere Gesamtkapitalquote lag bei 16,64 %.

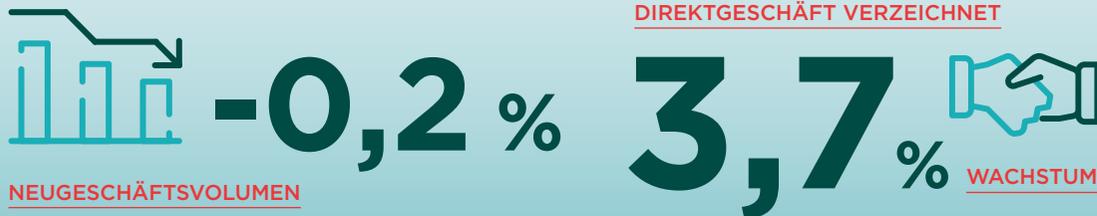


## ANSTIEG DER BILANZSUMME

Die Bilanzsumme der Creditplus Bank wuchs von 8,8 Mrd. EUR auf 9,8 Mrd. EUR im Jahr 2024.

## GESAMTKAPITALQUOTE

Unser Eigenkapital wuchs im Jahr 2024 auf 387,6 Mio. EUR.



## NEUGESCHÄFTSVOLUMEN

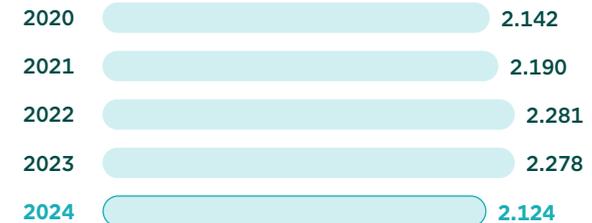
Das Volumen blieb mit 2.124 Mio. EUR nahezu unverändert im Vergleich zum Vorjahr.

## DIREKTGESCHÄFT VERZEICHNET

2024 konnten wir unser Neugeschäftsvolumen im Geschäftsfeld Direktgeschäft um 3,7% ausweiten.

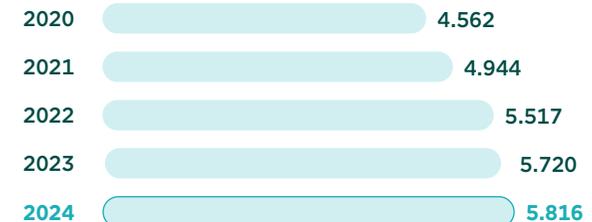
## NEUGESCHÄFT MIT KONSUMENTENKREDITEN

in Mio. EUR



## KUNDENFORDERUNGEN (BRUTTO)

in Mio. EUR



# Rückblick auf das Geschäftsjahr 2024.

16

## Was unsere Zahlen sagen

Angesichts der zahlreichen geopolitischen Konflikte blieb die Unsicherheit unter Unternehmen, Verbraucherinnen und Verbrauchern in Deutschland auch im Jahr 2024 hoch. Hinzu kamen Sorgen über die Zukunft der transatlantischen Beziehungen, bedingt durch die Ungewissheit über den politischen Kurs der neuen US-Regierung. Entsprechend gelang es der deutschen Wirtschaft im vergangenen Jahr nicht, sich aus der Stagnation zu befreien.

Die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Verbindung mit den gestiegenen Lebenshaltungskosten und weiterhin hohen Kreditzinsen belasteten auch die Kreditnachfrage der Verbraucherinnen und Verbraucher. In diesem Umfeld setzten wir unsere vorsichtige Kreditvergabepaxis im vergangenen Jahr fort. In der Folge lag unser Neugeschäftsvolumen nahezu auf dem Niveau des Vorjahres.

Dennoch erreichten wir mit einem Jahresüberschuss von 5,3 Mio. EUR unser Ziel eines Gewinns in der angestrebten Bandbreite von 4 bis 7 Mio. EUR. Unsere Bilanzrelationen stellen sich zum Jahresende 2024 wie gewohnt solide dar: Unser Eigenkapital belief sich zum 31. Dezember 2024 auf 387,6 Mio. EUR – ein Anstieg um mehr als 65 Mio. EUR – und unsere Gesamtkapitalquote lag bei 16,64 %.

## Wie unsere Geschäfte liefen

Mit einem leichten Rückgang um 0,2 % lag unser Neugeschäftsvolumen im Jahr 2024 nahezu auf Vorjahresniveau. Vor dem Hintergrund der herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen führten wir unsere im Jahr 2023 angepasste Kreditvergabepaxis auch im Berichtsjahr fort. Unser vorsichtiger Ansatz bei der Kreditvergabe betraf insbesondere großvolumige Kredite. Zuwächse erzielten wir in den Geschäftsfeldern Direktgeschäft und Business Partner, während das Geschäftsfeld Partnerbanking einen Rückgang verzeichnete.

### Wachstum im Direktgeschäft

Im Direktgeschäft steigerten wir das Neugeschäftsvolumen im vergangenen Jahr um 3,7%. Trotz unserer zurückhaltenden Kreditvergabepaxis – insbesondere bei großvolumigen Krediten – nahm das Geschäftsvolumen im E-Finance-Bereich infolge gezielter Preisadjustierungen in einzelnen Kundensegmenten um 3,9% zu. Gleichzeitig gelang es uns, die Neugeschäftsmargen zu verbessern.

Auch im Filialgeschäft konnten wir unser Neugeschäft im Jahr 2024 um 3,6% ausweiten. Unser Fokus lag dabei auf einer vorsichtigen und risikoreduzierten Kreditvergabe, wodurch wir bewusst auf risikobehaftetes Neugeschäft verzichteten. Die Online-Filiale profitierte ebenfalls von diesen Maßnahmen und konnte das Neugeschäft im vergangenen Geschäftsjahr weiter ausbauen.

## Gegenläufige Entwicklungen im Geschäftsfeld Business Partner

Im Geschäftsfeld Business Partner verzeichneten wir im vergangenen Jahr ein leichtes Wachstum des Neugeschäftsvolumens um 0,4%. Während das Segment Automotive zulegen konnte, ging das Geschäft im Segment Household Equipment zurück.

- Trotz stagnierender Pkw-Neuzulassungen in Deutschland konnten wir unser Neugeschäft im Segment Automotive um 12,3% ausbauen. Dieses Wachstum wurde maßgeblich durch die Gewinnung neuer Händler im Bereich Non-Captive getragen.
- In unserem Leasinggeschäft, das sich auf Zweiräder und Pkw konzentriert, sank das Neugeschäft um 10,7%. Der Hauptgrund für diesen Rückgang waren Änderungen an den Verkaufsförderungsprogrammen eines Kooperationspartners in der ersten Jahreshälfte. Dennoch steigerten wir im gesamten Geschäftsfeld Long Channel Automotive (Finanzierung und Leasing) unser Neugeschäft um 9,7% und übertrafen im Jahr 2024 erstmals die Schwelle von 1 Mrd. EUR.
- Das Neugeschäft im Segment Household Equipment sank im Jahr 2024 um 36,3%. Sowohl im Bereich Möbel und Küchen als auch im Bereich Elektronik waren Rückgänge zu verzeichnen. Dies war auf die Neuausrichtung bestehender Partnerschaften zurückzuführen, im Zuge derer die Profitabilität des Neugeschäfts deutlich verbessert werden konnte.

## Neugeschäftsvolumen im Geschäftsfeld Partnerbanking spürbar unter Vorjahr

Im Geschäftsfeld Partnerbanking ging das Neugeschäftsvolumen im Jahr 2024 um 29,8% zurück. Dieser Rückgang resultierte aus einer strategischen und vertrieblichen Neuausrichtung des Geschäftsfelds sowie der Einführung eines neuen Vertriebssystems.

## Welche Themen im Fokus standen

### Neue Wachstumsstrategie „MTP25“

Im Rahmen eines Strategieprozesses hat die CA PFM-Gruppe ihre Wachstumsstrategie für das Jahr 2025 definiert. Die gruppenweite Strategie „MTP25“ basiert im Wesentlichen auf Kontinuität hinsichtlich der unternehmensweiten Zielsetzungen und setzt folgende strategische Schwerpunkte für die Creditplus Bank:

#### 1. Organisches Wachstum

Nachhaltig profitables Wachstum auf Basis der bestehenden Vertriebskanäle.

#### 2. Entwicklung von Partnerschaften

Pflege und Ausbau bestehender sowie Aufbau neuer Partnerschaften als zentrale Säule innerhalb der Vertriebskanäle.

#### 3. Mobilität der Zukunft

Marktführende, zukunftsorientierte Produkte und Services, die Kundinnen, Kunden und Partner bestmöglich bei der Transformation der Automobilbranche unterstützen.

### 4. Zielgerichtete Akquisitionen

Zur Förderung eines nachhaltig profitablen Wachstums im deutschen Markt sieht die CA PFM-Gruppe auch anorganisches Wachstum als mögliche Option.

Eine wichtige Grundlage der strategischen Ausrichtung bilden die gruppenweiten Unternehmenswerte. Darüber hinaus soll das Transformationsprojekt TOGETHER NOW eine starke und zukunftsfähige Unternehmenskultur schaffen. Teamwork, Vertrauen, Transparenz, Zuverlässigkeit, Kundennutzen, Unternehmertum, Ergebnisorientierung und Effizienz prägen dabei die Unternehmenskultur der Creditplus Bank.

### Enge Verzahnung der IT- und der Geschäftsstrategie

Für eine Bank wie die Creditplus Bank, deren Geschäftsprozesse stark digitalisiert sind, stellt eine zukunftsfähige IT-Architektur einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil dar. Aufgrund des veränderten Marktumfelds konzentrierten sich die Maßnahmen im Berichtsjahr auf die Senkung der operativen Kosten, die weitere Digitalisierung der Bankprozesse sowie die Optimierung der IT-Arbeitsumgebung.

### Höhere Effizienz durch Digitalisierung

Im Einklang mit der Business- und IT-Strategie haben wir 2024 die Digitalisierung unserer Produkte und Prozesse weiter vorangetrieben. Die Schwerpunkte lagen auf der Einführung neuer Versicherungsprodukte im Zuge der geänderten gesetzlichen Vorgaben für den Abschluss von

Restschuldversicherungen, dem Roll-out neuer Frontend-Lösungen für das Partnerbanking sowie der Überarbeitung unserer Homepage und der Modernisierung unserer technischen Schnittstellen zu Vergleichsportalen. Zudem haben wir den Einsatz von künstlicher Intelligenz weiter optimiert, insbesondere in der Kundenkommunikation.

### Kontinuierliche Verbesserung der IT-Sicherheit

Neben laufenden Systemverbesserungen lag 2024 ein besonderer Fokus auf der Weiterentwicklung des Informationssicherheitsmanagementsystems, der Steuerung von Informationsrisiken sowie 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. Im Bereich der regulatorischen Anforderungen standen die Anpassung der gruppenweiten Modelle zur Ausfalldefinition und die Implementierung des überarbeiteten Rahmenwerks zu Forbearance und Non-performing Exposures im Mittelpunkt.

### Was für unsere Mitarbeitenden wichtig war

#### Attraktives Arbeitsumfeld

Für interne und externe Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen investierten wir 2024 einen hohen sechsstelligen Betrag. Neben regelmäßigen Pflichtschulungen für alle Mitarbeitenden nahmen mehr als ein Drittel der Belegschaft an individuellen Schulungsmaßnahmen teil, die auf ihre jeweiligen

Entwicklungsbedarfe zugeschnitten waren und ein breites Themenspektrum abdeckten. Zusätzlich zu internen Schulungen mit Expertinnen und Experten aus den Fachbereichen standen den Mitarbeitenden zahlreiche fachliche und persönlichkeitsentwickelnde Trainings zur Verfügung.

Ein besonderer Schwerpunkt lag – wie bereits im Vorjahr – auf Schulungsmaßnahmen zu IT-Anwendungen. Darüber hinaus stand die Führungskräfteentwicklung im Fokus: Mit dem groß angelegten Projekt TOGETHER NOW wurde eine Initiative zur Förderung der Führungs- und Unternehmenskultur ins Leben gerufen, die die strategische Bedeutung der Führungskräfteentwicklung für die Creditplus Bank unterstreicht.

## Zahlen und Fakten

- Ende 2024 beschäftigte die Creditplus Bank 739 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- Darunter befanden sich 14 Auszubildende.
- Der Frauenanteil an der Gesamtbelegschaft lag bei 51,2%. In Führungspositionen stellte sich der Anteil wie folgt dar: 16,6% im Aufsichtsrat, 0% im Vorstand, 35,3% in den Führungsebenen darunter.

## In welchem Umfeld wir uns bewegen

Die deutsche Wirtschaft konnte auch im Jahr 2024 nicht mit dem vergleichsweise robusten Wachstum der Weltwirtschaft Schritt halten. Laut Expertinnen und Experten litt die Wirtschaftsleistung vor allem unter strukturellen Problemen, die die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Industrie beeinträchtigen – darunter hohe Energiekosten, zunehmende Konkurrenz auf wichtigen Exportmärkten und das weiterhin erhöhte Zinsniveau. Diese Faktoren führten dazu, dass das Bruttoinlandsprodukt in Deutschland im Jahr 2024 um 0,2% sank. Damit schrumpfte die Wirtschaftsleistung das zweite Jahr in Folge und lag nur noch knapp über dem Niveau von 2019, also vor der Corona-Pandemie.

Für die Creditplus Bank als ein auf Konsumentenkredite und Absatzfinanzierung spezialisiertes Kreditinstitut sind die privaten Konsumausgaben ein entscheidender Faktor für die Geschäftsentwicklung. Positiven Effekten durch spürbare Lohn erhöhungen und eine rückläufige Inflation stand die Unsicherheit der privaten Haushalte über die weitere wirtschaftliche Entwicklung gegenüber. In der Summe nahm der private Konsum 2024 leicht um 0,3% gegenüber dem Vorjahr zu.

## Wie sich der Markt entwickelt hat

Die Inflationsrate in der Eurozone sank im Jahresverlauf 2024 weiter und lag zum Jahresende bei 2,4%. Trotz der weiterhin leicht über dem Zielwert von 2% liegenden Inflation senkte die EZB ihren Leitzins im vergangenen Jahr in mehreren Schritten um insgesamt einen Prozentpunkt – von 4,00% auf 3,00%.

Die Zinsen für Konsumentenkredite mit anfänglicher Zinsbindung gingen im Jahresverlauf 2024 um etwas mehr als einen halben Prozentpunkt zurück, blieben jedoch auf einem vergleichsweise hohen Niveau. Die anhaltend hohen Kreditzinsen in Verbindung mit den gestiegenen Lebenshaltungskosten belasteten die Verbraucherinnen und Verbraucher und führten sowohl zu einem Rückgang der Konsumausgaben als auch zu einem Anstieg der Verbraucherinsolvenzen im Jahr 2024. Stabilisierend wirkten hingegen der robuste Arbeitsmarkt und die vergleichsweise hohen Tarifabschlüsse.

- Der Gesamtbestand an Konsumentenkrediten in Deutschland stieg im Vergleich zu 2023 leicht um 0,7%.
- Der Bestand an Ratenkrediten, die den größten Teil der Konsumentenkredite ausmachen, nahm um 1,0% zu.
- Die Regional- und sonstigen Kreditbanken, zu denen auch die Creditplus Bank zählt, erreichten einen Marktanteil von 52,6% – ein Plus von 1,7 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr. Damit nahm mehr als die Hälfte der Konsumentinnen und Konsumenten in Deutschland Ratenkredite nicht bei der klassischen Hausbank auf.

Das Markt- und Wettbewerbsumfeld der Bankenbranche war 2024 erneut von hoher Dynamik geprägt. Die zunehmende Verbreitung von Online-Banking hat das Kundenverhalten nachhaltig verändert, insbesondere in Bezug auf die Zugangswege zu Finanzdienstleistungen. Über 80% der Deutschen erledigen ihre Bankgeschäfte mittlerweile online, und fast die Hälfte besucht keine Bankfiliale mehr. Während digitale Angebote weiter an

Bedeutung gewinnen, verlieren traditionelle Faktoren wie Marke, persönliche Beratung und das Filialnetz an Relevanz. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass sich der bereits seit Jahren zu beobachtende Trend der Filialschließungen in Deutschland weiter fortsetzen wird.

## Wie wir nach vorn blicken

Auch im Geschäftsjahr 2025 werden wir unsere Wachstumsstrategie konsequent weiterverfolgen und die Transformation hin zu einem nachhaltig und digital ausgerichteten Unternehmen vorantreiben. Angesichts des anhaltend herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds sieht unsere Planung für 2025 einen leichten Rückgang des Gesamtforderungsbestands vor. Dabei erwarten wir, dass das Wachstum im Automotive-Geschäft den Rückgang der Kundenforderungen aus Restschuldversicherungen infolge gesetzlicher Änderungen nahezu ausgleichen wird. Aufgrund dieser gesetzlichen Änderungen ist zudem mit einem rückläufigen Provisionsüberschuss zu rechnen, sodass wir insgesamt von einem Jahresüberschuss in einer Bandbreite von 1 bis 4 Mio. EUR ausgehen.

Wichtige Einflussfaktoren für den weiteren Geschäftsverlauf sehen wir in folgenden Entwicklungen:

## Erholung des privaten Konsums

Unser Fokus auf das Konsumentenkreditgeschäft ist eng mit der Entwicklung des privaten Konsums verknüpft. Eine stabile Beschäftigungslage, steigende verfügbare Einkommen infolge von Tarif- und Lohnabschlüssen, eine leicht sinkende Sparquote und ein moderater Anstieg der Verbraucherpreise sollten positive Impulse setzen. Laut Prognosen der Bundesregierung wird für das Jahr 2025 ein realer Anstieg des privaten Konsums um 0,5% und ein nominales Wachstum von 2,7% erwartet.

## Chancen durch sinkendes Zinsniveau

Die EZB begründete ihre Zinssenkungen 2024 mit den Fortschritten bei der Inflationsbekämpfung und den verbesserten Inflationsaussichten. Entsprechend wird erwartet, dass sie ihre Geldpolitik im Jahresverlauf 2025 weiter lockern wird. Sinkende Refinanzierungskosten würden es Banken ermöglichen, Konsumentenkredite wieder zu günstigeren Konditionen anzubieten, was die Nachfrage beleben könnte.

## Chancen durch Spezialisierung

Unsere Spezialisierung auf Konsumentenkredite und konsumentenkreditnahe Produkte und Services bietet erhebliche Potenziale. Wir optimieren kontinuierlich unsere Prozesse, insbesondere durch den verstärkten Einsatz von künstlicher Intelligenz und Machine Learning, beispielsweise im Kreditentscheidungsprozess. Unsere Scoring-Systeme, das Datenmanagement und das Mahnwesen stellen dabei zentrale Wettbewerbsvorteile dar.

## Zusätzliches Potenzial durch Vertriebskooperationen und Partnerschaften

Im Rahmen strategischer Partnerschaften und Allianzen stellen wir unser Know-how und unsere Abwicklungskompetenz zur Verfügung. Besonders in den Bereichen Business Partner, Onlinekredite und Partnerbanking arbeiten wir mit einer Vielzahl von Partnern zusammen. Angesichts der steigenden regulatorischen Anforderungen sehen wir Chancen, durch Partnerschaften unsere Vertriebskapazitäten weiter auszubauen.

## Vorteile durch Zusammenarbeit innerhalb der CA PFM-Gruppe

Die Einbindung der Creditplus Bank in die internationale Konsumfinanzierungsgruppe Crédit Agricole Personal Finance & Mobility (CA PFM) bietet sowohl uns als auch unseren Partnern vielfältige Chancen. Der gruppenweite Know-how-Transfer ermöglicht es, Erfahrungen und Anregungen auszutauschen – etwa in Bezug auf die Entwicklung neuer Produkte oder die Gestaltung von Arbeitsabläufen. Zudem profitieren wir von der Integration in die Liquiditätsplanung und -steuerung der CA PFM-Gruppe.

# 5-Jahresübersicht.

20

	2024 TEUR	2023 TEUR	2022 TEUR	2021 TEUR	2020 TEUR
<b>Neuzugang</b>					
Business Partner & Partnerbanking	1.296.091	1.330.301	1.290.273	1.248.069	1.204.074
Filialgeschäft	502.454	484.942	549.219	541.429	538.139
E-Finance	325.518	313.242	438.194	400.669	399.306
Händlerereinkaufsfinanzierung	1.552.127	1.469.999	1.068.514	977.477	969.736
<b>Neuzugang gesamt</b>	<b>3.676.190</b>	<b>3.598.484</b>	<b>3.346.201</b>	<b>3.167.644</b>	<b>3.111.255</b>
<b>Privatkundinnen und -kunden</b>	<b>579.071</b>	<b>580.524</b>	<b>546.884</b>	<b>531.777</b>	<b>529.387</b>
<b>Bilanz nach HGB</b>					
Bilanzsumme	9.757.920	8.835.709	6.798.934	6.620.432	5.041.408
Eigenkapital gem. §10 KWG	535.736	469.656	393.362	368.593	321.310
Forderungen an Kundinnen und Kunden	5.669.488	5.577.417	5.228.365	4.717.406	4.427.027
<b>GuV nach HGB</b>					
Andere Verwaltungsaufwendungen	66.962	61.744	54.850	56.511	53.392
Aufwand für Risikogruppe	74.234	64.983	62.252	49.666	53.453
Ergebnis	5.291	5.063	13.761	12.346	15.141
Zinsüberschuss	222.613	210.020	198.422	196.646	169.464
Provisionsüberschuss	-39.030	-27.788	17.637	-20.975	4.129
Personalaufwand	56.808	53.670	51.725	49.969	48.398
<b>Mitarbeitende im Geschäftsjahr - Vollzeitäquivalenz (Anzahl im Durchschnitt)</b>	<b>672</b>	<b>666</b>	<b>658</b>	<b>675</b>	<b>694</b>

# Impressum & Kontakt.

21

## Herausgeber

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

## Redaktion

Creditplus Bank AG  
Larissa Lewis  
Corporate Communications Managerin

## Konzept, Gestaltung und Umsetzung

HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG

## Bilder

Adobe Stock | (Titelmotiv)  
Fabian Hensel (S. 5 u. S. 6)  
Jacob Lund (S. 7 u. S. 10)  
istockphoto | filadendron (S. 14)  
Crédit Agricole Personal Finance & Mobility (S. 9)