

Zagrebačka banka

UniCredit Group

Tržište

Već godinama financijska industrija u Hrvatskoj slovi za najpropulzivniji sektor ekonomije, a njegov snažan razvoj diktiraju poslovne banke šireći palete proizvoda i usluga unutar financijskih konglomerata. I u 2006. godini nastavljen je trend većih stopa rasta nebankovnog financijskog sektora, a u prvom redu to se odnosi na rast fondovske industrije i tržište kapitala. Stoga se u ukupnoj imovini financijske industrije, koja je u proteklih pet godina porasla s 98 posto BDP-a na gotovo 150 posto, udio banaka spustio ispod 80 posto.

Na kraju 2006. ukupna aktiva svih banaka iznosila je 304,67 milijardi kuna što je za 17,1 više nego krajem 2005., a najveću aktivnu i dalje ima Zagrebačka banka - 70,4 milijarde kuna.

Hrvatske banke lani su ostvarile ukupnu dobit od 3,57 milijardi kuna što je 6,1 posto više nego u 2005.

Ukupni krediti banaka iznose gotovo 190 milijardi kuna - najbrže rastu krediti poduzećima, a uz njih najveći rast bilježe stambeni krediti stanovništvu koji su prošle godine povećani za 34,4 posto. Rastu i ukupni depoziti u bankama i to za 18,2 posto na ukupno 203 milijarde kuna.

Napravljen je i korak dalje u liberalizaciji deviznoga poslovanja, odnosno slobodnijem protoku kapitala, a izmjenama zakona o tržištu vrijednosnih papira regulirano je, među ostalim, uvođenje financijskih derivata. Važan je i projekt integracije dviju domaćih burzi - Varaždinske i Zagrebačke. Među brojnim novim financijskim zakonima treba istaknuti nove zakone o osiguranju, leasingu, kreditnim unijama, financijskim konglomeratima, sekuritizaciji, i tako dalje.

Dostignuća

Zagrebačka banka danas je vodeća banka u Hrvatskoj po kvaliteti svojih proizvoda i usluga, tehnološkoj inovativnosti i broju klijenata - posluje s oko 1,5 milijuna klijenata i drži četvrtinu tržišnog udjela u kreditiranju te gotovo trećinu u depozitima.

Zagrebačka banka zapošljava oko 4400 ljudi, što je čini jednim od najvećih poslodavaca u Hrvatskoj, a prema neovisnim istraživanjima, banka je i jedan od najpoželjnijih poslodavaca.

Grupa Zagrebačke banke ima sjedište u Hrvatskoj, a sa svojim podružnicama snažno je prisutna i na tržištu



Bosne i Hercegovine, gdje je UniCredit Zagrebačka banka među vodećim bankama.

ZB Invest, društvo za upravljanje investicijskim fondovima Zagrebačke banke, drži 28 posto tržišnog udjela. AZ fond, obvezni mirovinski fond Zagrebačke banke i Allianz, ima 41 posto tržišnog udjela, a dobrovoljni mirovinski fondovi 35 posto. Depoziti Prve stambene štedionice pokrivaju oko 35 posto tržišta.

Zagrebačka banka lider je i u stambenom kreditiranju, ima najviše korisnika Internet bankarstva, najveću mrežu bankomata, POS uređaja, a najveća je i po broju izdanih bankovnih kartica.

Povijest

Zagrebačka banka započela je s poslovanjem još davne 1914. pod imenom Gradska štedionica.

1946. preimenovana je u Gradsku štedionicu

Zagreb i pod tim imenom posluje do 60-ih godina, kada postaje dio Komunalne banke Zagreb, koja je uskoro preimenovana u Kreditnu banku i postala dio sustava Udruženja poslovnih banaka u Zagrebu, u kojem je poslovalo 30 banaka. Početkom 70-ih godina osnovana je Udružena banka Zagreb, među kojima je jedna od pet banaka-sastavnica i tadašnja Kreditna banka. Potkraj 70-ih osnivači Kreditne

banke Zagreb i Jugobanke udružuju se u Zagrebačku banku.

1989. Zagrebačka banka postaje prva banka u bivšoj državi koja je provela proces pretvorbe i postala dioničko društvo.

Već 1991. Zagrebačka banka je prva hrvatska banka koja primjenjuje Međunarodne računovodstvene standarde, a 1995. prva od hrvatskih banaka osniva Upravu i Nadzorni odbor, postavivši novi standard odgovornosti prema dioničarima. Dionice Zagrebačke banke 1995. uvrštene su na Zagrebačku burzu, a već 1996. i na međunarodno tržište Londonske burze.

Zagrebačka banka je i prva hrvatska banka koju su 1997. ocijenile tri inozemne rejting agencije.

Ugledni financijski časopisi Euromoney, Global Finance, Central European i Business Central Europe proglašavaju je najboljom domaćom bankom u 1997. Iste godine njene su dionice proglašene najlikvidnijima na tržištu, dobiva i nagradu za najbolje odnose s javnošću te uvodi ESOP program dajući mogućnost zaposlenicima da pod povoljnim uvjetima postanu dioničari Banke.

Zagrebačka banka je prva banka u svijetu koja je izdala GDR-e denominirane u eurima 1998. te je prva hrvatska banka koja je iste te godine osnovala specijaliziranu stambenu štedionicu.

2000., 2001. i 2002. osvaja niz Zlatnih i na kraju Kristalnu kunu. Banka dobiva nagrade i kao „Donator godine, najbolji partner poduzetnicima“ te za doprinos u zaštiti okoliša.

S dolaskom novoga tisućljeća već ima razvijeno kartično poslovanje, telefonsko i internet bankarstvo.

Ulazi u partnerstvo s Allianzom, širi poslovanje u Bosni i Hercegovini, pripaja Pomorsku banku i Varaždinsku banku.

Od ožujka 2002. postaje dio grupe UniCredit, jedne od najjačih financijskih grupacija u Europi.



UniCredit grupa koja djeluje na ukupno 20 ključnih tržišta s više od 7.000 poslovnica i više od 35 milijuna klijenata garancija je pak za novu fazu u razvoju poslovanja Zagrebačke banke na globaliziranome tržištu, gdje će davati kvalitetnu potporu globalnim kompanijama koje u procesu eurointegracija stižu na tržište naše regije.

Do danas je lider na domaćem tržištu i jedna od najuspješnijih članica Grupe UniCredit.

Proizvod

Zagrebačka banka ima izuzetan ugled zbog inovativnih proizvoda kao i zbog odnosa s klijentima.

Svojim klijentima nudi mogućnost poslovanja putem 130 poslovnica, gotovo 700 bankomata, kao i putem direktnih kanala - internetom, telefonom i drugim kanalima putem kojih je moguće pristupiti širokom spektru bankovnih, finansijskih, osiguravateljskih i drugih proizvoda svih članica Grupe i partnera Banke.

Internet poslovanje Zagrebačke banke koristi više od 260 tisuća klijenata, što je daleko najveći broj na

poduzetnički servisi, prve samouslužne poslovnice za platni promet i usluge „Od jutra do sutra“ čiji su dio i prvi bankomati u Hrvatskoj s prihvatom uplata gotovine-novčanica s trenutnim odobrenjem pologa na račun, kao i samouslužni uređaji za uplatu-brojanje kovanica.

Banka je nedavno izdala i prvu MasterCard platinum karticu u Hrvatskoj za klijente privatnoga bankarstva, te prve b2b kartice u suradnji s hrvatskim poduzećima.

Početak 2007. godine obilježava povećanje kapitala Zagrebačke banke za rekordnih 3,55 milijardi, čime kapital Banke za gotovo 50 posto premašuje kapital banke koja je druga po veličini. Zagrebačka banka će povećanjem kapitala još snažnije podržati svoje klijente u ostvarivanju njihovih potreba za kreditima, ulaganjima te plaćanjima u Hrvatskoj i međunarodnom prometu i ojačati svoju vodeću poziciju u finansijskom sektoru.

Promocija

Uz izuzetno pozitivno prihvaćanje marketinških kampanja od strane korisnika usluga, Banka dobiva

ali i tradicije. Ono po čemu je Zagrebačka banka danas konkurentna na tržištu jest - banka savjetnik i partner u svim specifičnim potrebama i situacijama svojih klijenata, banka koja nudi pouzdana rješenja, otvorena i odgovorna, banka koja se prema klijentima odnosi s povjerenjem.

Novi vizualni identitet u tom je smislu bio nužna razvojna stepenica. Marketing i odnosi s javnošću imaju veliku odgovornost komuniciranja ovih vrijednosti, a posao olakšava činjenica da svi djelatnici Banke te vrijednosti doista žive i prakticiraju u svakodnevnom poslovanju. Tako se komunikacija vrijednosti *branda* svakodnevno odvija u poslovnicama na šalterima, a da ih građani doista prepoznaju, dokazuju i sjajni poslovni rezultati Zagrebačke banke.

Gledajući internacionalno, osveženje *branda* znači potpunu integraciju Zagrebačke banke u UniCredit grupu. Upravo zahvaljujući vlastitoj uspješnosti i snazi, Zagrebačka banka ima rijetku povlasticu integrirati se u jednu od vodećih europskih bankarskih grupacija zadržavajući vlastito ime.

Inspirirani vama.

Kad imate 16, svijet vas zaisa čeka. Svijet čeka Brunu. Gledamo u njegovu budućnost. Bezbrojna pitanja i odgovori, iznenađenja, otkrića, nezaboravi trenuci, stotine lica... Hoće li ostati svoj? Hoće li mijenjati put? Čeka li ga slava? Ne možemo znati. Ali, možemo ga slušati i pomoći mu da ostvari ono što nosi u sebi.

WWW.ZABA.HR

Zagrebačka banka
UniCredit Group

Inspirirani vama.

Lovro još ne čita novine. Nije svjestan kako Petar s odgovornošću gradi i čuva svaki otok iznajenosti i dobrote u njegovu životu. Petar uči Lovru prave stvari: poslovanju, strpljenju i obzir, uči ga kako je povjerenje teže steći od bogatstva. Uči ga svemu onome što vrijedi i za jednu banku. Pogotovo za banku.

WWW.ZABA.HR

Zagrebačka banka
UniCredit Group

Inspirirani vama.

Za Dijanu svaki novi dan može biti prilika. Da sklapi sigurno, da poveća dobit, da osvoji nagradu... Njezina simpatija odvela je je gdje god pođe. A ako poželi osvajati nova tržišta, može ući kroz bilo koja od 7000 vrata UniCredit grupacije u 19 država Europe, otvorenih kako bi Dijani pružili pomoć i podršku. Dijana, dobrodošla za European desk!

WWW.ZABA.HR

Zagrebačka banka
UniCredit Group

tržištu Hrvatske, i više je puta nagrađivano kao najinovativnija i najkvalitetnija bankarska internet usluga.

Novom linijom bankarskih proizvoda - paket usluga „I ZA SVE“, Zagrebačka je banka prije par godina pokrenula revoluciju na tržištu bankarskih usluga u Hrvatskoj, pruživši potpuno inovativan koncept bankarskoga poslovanja hrvatskim građanima i poduzetnicima.

I na svim drugim poljima bankarskoga poslovanja, kao što su transakcijsko poslovanje, kreditiranje, štednja i ulaganje te investicijsko bankarstvo i tržište kapitala, Zagrebačka banka konkurenciji neprestano nameće nove trendove, zbog čega ostaje lider na hrvatskome bankarskom tržištu.

Nekada su to bili, na primjer, stambeni krediti za građane, ili uvođenje e-zabe i proširivanje mreže bankomata, a danas je to *online* kreditiranje i poslovnice s novim sustavom upravljanja gotovinom. Zbog toga su Zagrebačku banku građani u proteklome razdoblju čvrsto vezali uz atribute sigurnosti, veličine, naprednosti, ali i tradicije.

Nedavni razvoj

Kao tržišni lider banka je prošle godine uvela nove standarde organizacije poslovnica, uz višu razinu sigurnosti: novi koncept prostora poslovnice s minimumom gotovine na šalterima jedinstven je na hrvatskome tržištu. Moderne poslovnice omogućuju bržu komunikaciju, veću efikasnost te višu razinu usluge u skladu s europskim modelom poslovanja.

Najnovije inovacije su i novi kumski krediti za obrtnike i male poduzetnike, *online* kreditiranje i *online*

priznanja i na najcjenjenijim svjetskim festivalima za oglašavanje. Tako je korporativna kampanja „Brojke rade za vas“, ušla u finale na jednom od najuglednijih svjetskih festivala oglašavanja specijaliziranim za oglašavanje finansijskih institucija koji se održava u New Yorku: Midas Awards 2005. To je bilo prvi puta da je kampanja neke finansijske institucije iz Hrvatske ostvarila takav plasman na tom prestižnom festivalu, u kategoriji korporativni imidž, uz konkurentne radove iz vodećih svjetskih bankarskih grupacija kao što su Citibank, Credit Suisse i UBS.

U studenom 2006. Zagrebačka banka je u samo par dana promijenila vizualna obilježja na svim poslovnicama i bankomatima najrazvijenije bankarske mreže u Hrvatskoj. Promjenu vizualnog identiteta pratila je snažna marketinška i PR kampanja koja je za rezultat imala bezbolan prelazak sa starog na novi, osveženi *brand*. Prema netom provedenom istraživanju, klijenti Zagrebačke banke ocijenili su ovaj promotivni potez izuzetno uspješnim, a novi je vizualni identitet, kao posljedica odlično odrađenog posla, sjajno prihvaćen na tržištu.

Od promotivnih uspjeha svakako treba izdvojiti i, ponovno istraživanjima zadovoljstva klijenata potvrđeno, promociju proizvoda za stambeno kreditiranje. O uspjehu te akcije dovoljno govori činjenica da je praktički svaki drugi stambeni kredit u Hrvatskoj odobren upravo u Zagrebačkoj banci.

Vrijednosti robne marke

Građani su Zagrebačku banku u proteklome razdoblju čvrsto vezali uz atribute sigurnosti, veličine, naprednosti,

Vrijednosti svakako pridonosi i dimenzija društvene odgovornosti u poslovanju - biti vodeća banka u Hrvatskoj ne znači samo imati najveći tržišni udio, najveći broj klijenata, inovativne i kvalitetne proizvode. To prije svega podrazumijeva svijest o svojoj odgovornosti i utjecaju na cjelokupnu društvenu zajednicu u kojoj se posluje i šire, prepoznatu u javnosti kao program društvene odgovornosti ZAJEDNO.

www.zaba.hr

JESTE LI ZNALI...

Zagrebačka banka

- Sustavan razvoj direktnih kanala u Zagrebačkoj banci započinje prije 18 godina, kada je instaliran prvi bankomat, a nastavlja se uvođenjem prvih usluga na hrvatskom tržištu: Telebanking - PC bankarstva (1991.), Informacijskog centra kao preteče današnjeg Kontakt centra ZABA 24 (1992.), Zaba fon telefonskog bankarstva (1994.) te e-zaba internet bankarstva (2000.).
- Zagrebačka banka najveća je transakcijska mašina finansijskoga sustava regije - broji 260 tisuća korisnika Internet bankarstva, koji dnevno obave oko 50 tisuća bezgotovinskih naloga te godišnje gotovo 200 milijardi kuna platnog prometa.
- Istraživanja kontinuirano pokazuju da oko 97 posto građana Hrvatske prepoznaje Zagrebačku banku kao najjači bankarski *brand* na tržištu.
- Zagrebačka banka prva je banka u Hrvatskoj koja je 2004. objavila Socijalno izvješće.