

18

Kurzbericht



Die Cembra Money Bank AG ist eine führende Schweizer Anbieterin von Konsumkreditprodukten und -dienstleistungen. Ihre Produktpalette umfasst Privatkredite, Fahrzeugfinanzierungen, Kreditkarten, den Vertrieb von damit zusammenhängenden Versicherungen sowie Rechnungsfinanzierungen, Einlagen und Anlageprodukte.



Online-Bericht



Geschäftsbericht (pdf)



Kurzbericht



Der Online-Bericht und der vollständige Geschäftsbericht 2018 sind unter reports.cembra.ch verfügbar.

Dieser Kurzbericht erscheint in deutscher und englischer Sprache.

Coverbild: **Samra Lamgadar**, erfolgreiche Karateka und eine der 23 Lernenden von Cembra Money Bank.

CHF 2'335'500'000

betrug die Marktkapitalisierung von Cembra Money Bank am Jahresende 2018

66'500'000

Kreditkartentransaktionen verarbeitete Cembra Money Bank 2018

870'000

Kunden vertrauen auf Cembra Money Bank als bevorzugte Partnerin

855

Mitarbeitende aus 37 Nationen arbeiten für Cembra Money Bank

27

Aussendienstmitarbeitende betreuen mehr als 3'900 Autohändler in der Schweiz

CHF 3.75

ordentliche Dividende pro Aktie der Generalversammlung beantragt

Kennzahlen & Fakten

<i>(in Millionen CHF)</i>	2018	2017	2016	2015
Nettoertrag	438.8	396.3	394.0	388.7
Wertberichtigungen für Verluste	-50.1	-45.1	-44.6	-43.6
Total Geschäftsaufwand	-193.0	-167.9	-167.5	-161.5
Reingewinn	154.1	144.5	143.7	145.0
Bilanzsumme	5'440	5'099	4'857	4'745
Nettoforderungen gegenüber Kunden	4'807	4'562	4'073	4'063
Privatkredite	1'885	1'782	1'720	1'784
Fahrzeugfinanzierungen	1'974	1'942	1'641	1'661
Kreditkarten	940	833	711	617
Übrige	8	5	-	-
Eigenkapital der Aktionäre	933	885	848	799
Aufwand/Ertrags-Verhältnis (in %)	44.0	42.4	42.5	41.5
Eigenkapitalrendite (ROE in %)	16.9	16.7	17.4	17.7
CET-1-Kapitalquote (in %)	19.2	19.2	20.0	19.8
Vollzeitstellen	783	735	705	715
Kreditrating (S&P)	A-	A-	A-	A-
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie (in CHF)	5.47	5.13	5.10	5.04
Ordentliche Dividende pro Aktie (in CHF)	3.75	3.55	3.45	3.35
Aktienkurs (in CHF)	77.85	90.85	74.20	64.40
Marktkapitalisierung	2'336	2'726	2'226	1'932

Kennzahlen & Fakten	02
CEO-Interview	04
Über Cembra Money Bank	08
Porträts unserer Mitarbeitenden	10
Gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens	30
Bedeutende Entwicklungen	32
Finanzüberblick	36



CEO-Interview

Robert Oudmayer, Chief Executive Officer von Cembra Money Bank, plant, in den nächsten drei bis vier Jahren CHF 40 Millionen in die Digitalisierung und Produktentwicklung zu investieren. Ein Interview über ein erfolgreiches Geschäftsjahr, das fünfjährige Bestehen der Bank, Zukunftspläne, die langfristige Strategie – sowie das Herz und grösste Kapital der Bank: ihre Mitarbeitenden.

Wie beurteilen Sie das abgelaufene Geschäftsjahr?

Wir sind mit unserem Jahresergebnis 2018 sehr zufrieden, schliesslich ist es das beste Resultat in der Geschichte unserer Bank. Wir haben unsere Ziele in einem hart umkämpften Markt erneut erreicht und sind in allen unseren Geschäftsbereichen profitabel gewachsen. Unser Reingewinn stieg um 7% auf einen Rekordwert von CHF 154.1 Millionen. Alle Produkte trugen zu einem robusten Wachstum der Nettoforderungen (+5%) und des Nettoertrags (+11%) bei. Unsere Eigenkapitalrendite von 16.9% liegt deutlich über der Zielsetzung von 15%. 2018 haben wir unseren Kundenstamm weiter erhöht und bedienen jetzt 870'000 Kunden mit unseren Produkten. Ein grosses Dankeschön geht an unsere über 850 engagierten Mitarbeitenden, die dieses Rekordergebnis ermöglicht haben.

Was macht Cembra so erfolgreich?

Cembra hat ein stabiles Geschäftsmodell, eine solide Strategie und eine ausgezeichnete Performance. Das spiegelt sich in unseren Ergebnissen wider. Ausserdem haben wir grosse Erfahrung im Bereich der Konsumkreditprodukte. Seit dem Börsengang vor fünf Jahren hat Cembra ihre finanziellen Vorgaben stets eingehalten. Unsere Investoren schätzen diese Stabilität. Wir bieten einen hervorragenden Kundenservice und haben Mitarbeitende, die Ausserordentliches leisten.

Was planen Sie für die nächsten Jahre?

Unser Ziel ist es, unsere Präsenz in der Schweiz weiter auszubauen. Wir wollen neue Ertragsquellen und Märkte erschliessen und neue Produkte entwickeln – allesamt im Bereich der Konsumfinanzierung. Gleichzeitig

investieren wir in die Verbesserung der digitalen Interaktion mit unseren Kunden.

«2018 haben wir das beste Resultat in der Geschichte unseres Unternehmens erzielt.»

Im Bereich Privatkredite werden wir unsere starke Marktposition verteidigen. Zusätzlich suchen wir nach neuen Partnerschaften, und wir werden das Online-Geschäft ausbauen. Gleiches gilt für das Fahrzeugleasing-geschäft. Hier verfügen wir über langjährige Partnerschaften und haben eine starke Position im Gebrauchtwagenbereich. Der Fahrzeugmarkt ist zwar hart umkämpft mit wenig Wachstumsaussichten, aber wir werden unsere Position sowohl auf dem Markt für Gebrauchtwagen als auch für Neuwagen behaupten.

Im Kreditkartengeschäft wollen wir weiter zulegen. Unsere grösste Partnerin ist die Migros, wir haben auch Partnerschaften mit Fnac, TCS, Conforama und Interio. Zudem gibt Cembra ihre eigene Kreditkarte heraus. Unser Ziel ist es, ein oder zwei neue Partnerschaften zu schliessen.

Cembra kündigte an, dass sie in den nächsten drei bis vier Jahren rund CHF 40 Millionen investieren wird. Wo wird diese Investition getätigt?

Wir investieren in die Zukunft unseres Geschäfts. Rund CHF 20 Millionen werden in die Digitalisierung fließen. Wir investieren in unsere neue Onboarding- und Servicing-Plattform, um die Interaktion mit den Kunden zu vereinfachen, die Effizienz zu steigern und unsere Kosten zu senken. Diese Investitionen sind langfristig angelegt. Gleichzeitig werden wir CHF 20 Millionen für neue Produktentwicklungen aufwenden. Wir haben ein Innovationsteam aufgebaut, das die Möglichkeit des Eintritts in den KMU-Markt prüft. Wir glauben, dass es in der Schweiz einen Markt für die Finanzierung von Kleinunternehmen gibt, der noch nicht vollständig bedient wird. Darüber hinaus planen wir Innovationen im Kartengeschäft und investieren in das Wachstum von Swissbilling, das für uns von strategischer Bedeutung ist.

Welche Pläne haben Sie in Bezug auf neue Zahlungstechnologien?

Wir bleiben über alle Entwicklungen auf dem Laufenden, um unseren Kunden attraktive Zahlungslösungen anbieten zu können. Ich bin davon überzeugt, als «smart follower» derjenigen Technologie zu folgen, die sich letztlich durchsetzt, denn wir können nicht in alle neuen Technologien investieren. Wir unterstützen die Smartwatches Garmin Pay und Fitbit Pay. 2018 haben wir Samsung Pay eingeführt und unsere erste mobile App für unsere eService-Anwendung lanciert, und seit Januar 2019 bieten wir auch SwatchPAY an.

In den letzten Jahren hat Cembra mehrere Akquisitionen getätigt und ist verschiedene Partnerschaften eingegangen. Wie entwickeln sich diese?

Die Partnerschaft mit eny Finance entwickelt sich sehr gut. Lendico befindet sich noch in der Pilotphase, und wir werden dieses Jahr entscheiden, wie wir fortfahren wollen. Die Partnerschaften mit Harley-Davidson, Hyundai und Honda sind sehr erfolgreich.

«Wir sind in allen Geschäftsbereichen profitabel gewachsen.»

2017 haben wir die EFL Autoleasing AG erworben, die nun erfolgreich in die Bank integriert ist. Mit dieser Akquisition konnten wir unsere Position als einer der führenden Akteure im Fahrzeugleasinggeschäft stärken. Mit unserer Tochtergesellschaft Swissbilling streben wir Wachstum an – und wir investieren: Wir haben die Zahl der Mitarbeitenden verdoppelt, ein Büro in Zürich eröffnet und einen grossen Vertrag für die Zusammenarbeit mit localsearch unterzeichnet.

Wie sieht die langfristige Strategie der Bank aus?

Wir verfolgen unsere bewährte Strategie, die auf drei Pfeilern beruht, weiterhin. Zuallererst wollen wir unser Kerngeschäft verteidigen,

in welchem wir stark sind. Das erreichen wir, indem wir neue Kunden gewinnen und dabei ein wettbewerbsfähiges Aufwand/Ertrags-Verhältnis beibehalten. Zweitens gestalten wir die Zukunft, indem wir intensiv in die Digitalisierung und die Umgestaltung unserer Bank von einer produktorientierten in eine mehr kundenorientierte Organisation investieren. Und schliesslich sind wir offen für neue Partnerschaften und Akquisitionsmöglichkeiten. Wir setzen weiterhin auf kontinuierliches Wachstum in unserem Heimmarkt. Vor allem aber wollen wir eine zuverlässige und stabile Bank für unsere Kunden und Aktionäre und eine hervorragende Arbeitgeberin für unsere Mitarbeitenden bleiben.

Was macht Cembra zu einer attraktiven Arbeitgeberin?

Bei Cembra glauben wir an Gleichberechtigung und Vielfalt. Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden bei der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, indem wir wo immer möglich flexible Arbeitszeitmodelle wie Teilzeit und Home-Office anbieten. Der Schlüssel zu unserem Erfolg liegt bei jedem einzelnen unserer Mitarbeitenden, die wir mit verschiedenen Aus- und Weiterbildungsprogrammen unterstützen. Wir wollen sicherstellen, dass unsere Mitarbeitenden in ihrer Arbeit gefordert werden und zufrieden sind – und dass sie über die notwendigen Fähigkeiten verfügen, um am Markt erfolgreich zu sein. Anfang 2019 wurden wir von der Organisation Great Place To Work als attraktive Arbeitgeberin zertifiziert. Darauf sind wir sehr stolz.

Über Cembra Money Bank

GESCHICHTE

Die Wurzeln von Cembra Money Bank reichen zurück bis zur Gründung der Banque commerciale et agricole E. Uldry & Cie. in Fribourg im Jahr 1912, später Bank Prokredit AG. 1999 fusionierte GE Capital die Bank Prokredit mit der 1997 erworbenen Bank Aufina. Die neue GE Capital Bank AG wurde 2006 in GE Money Bank umbenannt. Im Oktober 2013 löste sich die Bank vom Mutterkonzern GE, wurde an der Börse kotiert und firmierte neu als Cembra Money Bank AG. Als Namensgeberin der Bank diente die Arve (Pinus cembra), ein robuster und widerstandsfähiger Baum mit starken Wurzeln. Er symbolisiert die Stärke und die Herkunft der Bank. 2018 feierte Cembra ihr fünfjähriges Bestehen.

PRODUKTE

Die Bank mit Hauptsitz in Zürich betreibt ihr Geschäft in allen Schweizer Landesteilen über ein Vertriebsnetz von 18 Filialen, unabhängigen Vermittlern, Kreditkartenpartnern, Autohändlern und Online-Kanälen.

Mit ihrem erstklassigen individuellen Service und ihren effizienten Entscheidungswegen ist die Bank eine der wichtigsten Akteurinnen auf dem schweizerischen **Konsumkreditmarkt**. Seit 2017 bietet Cembra auch **Rechnungsfinanzierungen** über ihre Tochtergesellschaft Swissbilling AG an.

Die Bank ist die grösste unabhängige Anbieterin von **Fahrzeugfinanzierungen** in der

Schweiz mit einem Marktanteil von rund 17%. Die Produkte werden über ein Vertriebsnetz von mehr als 3'900 Autohändlern verkauft, die als Vermittler fungieren. Eine engagierte Verkaufsabteilung, die 27 Mitarbeitende im Aussendienst sowie die Mitarbeitenden in drei Servicezentren umfasst, sorgt für einen individuellen, flexiblen und effizienten Service.

Die Bank bietet ein Sortiment von **Kreditkarten** durch Partnerprogramme mit Migros, Conforama, TCS, Fnac und Interio und verfügt auch über ihre eigene Kreditkarte. Das Angebot von Cembra bietet je nach Kartenprogramm attraktive Vorzüge wie die Möglichkeit, Cumulus-Punkte der Migros zu sammeln, Cashback, personalisiertes Design oder Karten ohne Jahresgebühr. Ende 2018 belief sich die Zahl der von Cembra ausgegebenen Kreditkarten auf 892'000.

Darüber hinaus bietet die Bank sowohl Privatkunden als auch institutionellen Anlegern **Anlageprodukte** mit attraktiven Zinssätzen an.

In Verbindung mit Privatkrediten und Fahrzeugfinanzierungen können Kunden bei Cembra auch Ratenversicherungen abschliessen. Diese **Versicherungen** bieten finanziellen Schutz bei unverschuldeter Arbeitslosigkeit, Unfällen, Krankheit oder Erwerbsunfähigkeit. Zudem bietet Cembra ihren Kreditkartenkunden Reise- und Flugunfallversicherungen sowie ein Schutzpaket für den Fall eines Kartenverlusts. Bei allen Versicherungsprodukten fungiert die Bank als Vermittlerin.

Die Cembra Money Bank AG ist eine führende Schweizer Anbieterin von Konsumkreditprodukten und -dienstleistungen. Das Unternehmen ist als unabhängige Schweizer Bank seit Oktober 2013 an der SIX Swiss Exchange kotiert. Die Bank hat ihren Hauptsitz in Zürich und beschäftigt 855 Mitarbeitende aus 37 Ländern.

870'000

Kunden

Dank interessanten Finanzprodukten und einem hervorragenden Kundenservice konnte Cembra ihren Kundenstamm jedes Jahr erweitern. Per 31. Dezember 2018 war Cembra Money Bank für 870'000 Kunden die Partnerin ihres Vertrauens.

5 JAHRE
ANS
ANNI
YEARS



Porträts unserer Mitarbeitenden

Unsere Mitarbeitenden sind das Herz unserer Bank und der Schlüssel zu unserem Erfolg. Sie verkörpern die Werte der Unternehmenskultur – Engagement, Kundenfokus, Verantwortung und Vielfalt – und engagieren sich mit grossem Einsatz für unsere Kunden. Sie leisten Aussergewöhnliches, sowohl bei der Arbeit als auch bei ihren Hobbys.

Fotograf Gian Marco Castelberg hat für den Kurzbericht zehn unserer Mitarbeitenden bei ihren Hobbys in Szene gesetzt.





































SABRINA DONATO
Sporttaucherin

*Teammitglied Backoffice
Cards*

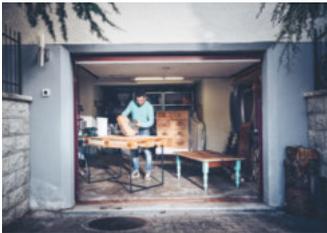
Ich habe 2013 mit dem Tauchen begonnen und das Glück, seither die Unterwasserwelt rund um den Globus gesehen zu haben. Meine bevorzugten Tauchplätze sind Mexiko und die Philippinen.



SAMRA LAMGADAR
Karateka

Lernende

Karate bedeutet mir alles! Ich habe damit begonnen, als ich fünf Jahre alt war. Dank Karate habe ich viel Selbstvertrauen gewonnen und fühle mich zu allem bereit.



LUCA DI MASO
Möbeldesigner

*Teammanager
Kundendienst*

Das Entwerfen von Möbeln entspannt mich und verleiht mir die innere Ruhe, die ich nach einem arbeitsreichen Tag brauche – ausserdem gibt es mir die Möglichkeit, meine Kreativität auszuleben.



MANUEL TRABER
**Lead-Gitarrist
in der Saddle Creek
Country Band**

Vendor Manager

Für mich bedeutet das Musikmachen während der wöchentlichen Proben und auf der Bühne, in eine andere Welt einzutauchen. Ich kann komplett abschalten und meine Batterien aufladen. Die wiedergewonnene Energie und Gelassenheit kommen mir auch bei meiner Arbeit zugute.



CAROLIN SCHULZE
Mit Trüffelhund Oli

*Senior Communications
Specialist*

Olis Freude über einen gefundenen Trüffel ist wichtiger als die Delikatesse selbst. Mit seiner positiven Energie vermittelt er mir bei jedem Spaziergang durch die Natur innere Ruhe, Gelassenheit und Zuversicht.



SRAVANTHI ALLANKU
Yogalehrerin

Treasury Analyst

Yoga ist ein Lebensstil. Ich fing als Kind mit dem Yoga-Training an, und es half mir, mein Gleichgewicht zu bewahren, während ich Höhen und Tiefen durchlebte. Ich lerne immer noch; Yoga bietet mir jeden Tag etwas Neues und verleiht mir gleichzeitig innere Kraft und Ruhe.



ANDREAS ITTEN
Drohnenpilot

IT Systems Analyst

Ich bin durch Zufall auf dieses Hobby gestossen und war sofort begeistert – es kommt meinem Traum vom Fliegen sehr nahe. Das Fliegen mit der Brille eröffnet völlig neue Sichtweisen und Perspektiven. Es erfordert Konzentration, viel Verantwortungsbewusstsein und Kompetenz.

MARCO PIBIRI
Motorradrennfahrer

Manager Kreditkartenpartnerschaften

Seit meiner Kindheit bin ich von dieser Sportart fasziniert. Jetzt habe ich das Glück, in den Sommermonaten auf den Grand-Prix-Strecken Europas zu fahren. Im Winter trainiere ich auf Indoor-Strecken. Für mich ist das Motorradfahren der perfekte Ausgleich zu meinem Bürojob.



ANDREAS HOFMANN
Alpinwanderer

Treasury Analyst

Alpinwandern verlangt Ehrlichkeit gegenüber mir selbst. Auf einer neuen Route muss ich das Gelände ständig im Hinblick auf meine Fähigkeiten bewerten und entscheiden, ob es für mich machbar ist. Es hat mich gelehrt, auf mein Bauchgefühl zu hören und dass es manchmal richtig ist, umzukehren.



EDINA JUNG
Triathletin

Senior Legal Counsel & Corporate Secretary

Triathlon ist ein extrem vielseitiger Sport. Es ist ein Lebensstil, den ich nicht missen möchte. Mit dem Rennrad den See entlang zu flitzen und die Natur zu genießen, das ist für mich Leidenschaft pur. Ich staune immer wieder, was möglich ist, wenn ich meine mentalen Grenzen überwinde. Das hilft mir auch, bei der Arbeit alles zu geben.

Gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens

INTEGRITÄT VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Die Integrität von Produkten und Dienstleistungen ist für die Strategie der Bank und ihren künftigen Erfolg von entscheidender Bedeutung. Neben der Einhaltung der regulatorischen Anforderungen nimmt Cembra ihre Verantwortung ernst und verlangt, dass die Mitarbeitenden stets im besten Interesse der Bank und ihrer Kunden handeln. Ein verbindlicher Verhaltenskodex gibt die Richtlinien für ethisch und professionell korrektes Verhalten in verschiedenen Situationen vor.

KUNDENORIENTIERUNG

Es ist eine Zielsetzung der Bank, ihren Kunden individualisierte Lösungen anzubieten. Persönliche Kundenbeziehungen und eine verantwortungsbewusste, kompetente Beratung bestimmen den Erfolg der Bank. Cembra nimmt ihre Verantwortung gegenüber den Kunden und der Gesellschaft sehr ernst und legt grossen Wert auf Kundenfokus und verantwortungsvolle Kreditvergabe. Zusätzlich zur strengen Konsumkreditgesetzgebung in der Schweiz hat Cembra weitere Kriterien eingeführt, um die finanziellen Verhältnisse und die persönliche Situation ihrer Kunden zu evaluieren.

VIELFALT UND ENTWICKLUNG DER MITARBEITENDEN

Die Mitarbeitenden sind der Schlüssel zum Erfolg von Cembra Money Bank. Sie verkörpern die Werte von Cembra und gestalten die Zukunft der Bank. Vielfalt und Entwicklung der Mitarbeitenden sind zentraler Bestandteil der Unternehmenskultur, und die Bank ist bestrebt, ihren Mitarbeitenden einen inspirierenden Arbeitsplatz in einem kooperativen Umfeld zu bieten. Fachliche und soziale Kompetenzen werden mit internen und externen Schulungen gestärkt. Die Bank bietet flexible Lösungen wie Teilzeit oder Home-Office an, da die Geschäftsleitung davon überzeugt ist, dass eine flexible Arbeitsgestaltung dazu beitragen kann, die Zufriedenheit, das Engagement, die Produktivität und die Loyalität der Mitarbeitenden zu erhalten und zu steigern. Im Herbst 2018 nahm Cembra an der Trust Index® Mitarbeiterbefragung von Great Place To Work® teil und wurde als Great Place to Work zertifiziert.

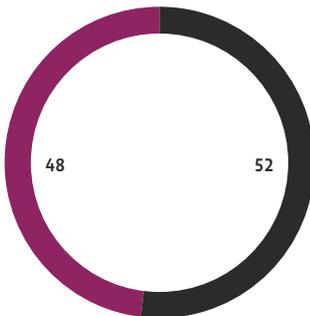
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Die Bank ermutigt ihre Mitarbeitenden, sich an gemeinnützigen Projekten zu beteiligen. Beim Freiwilligenprogramm von Cembra mit Partnern wie der Stiftung Theodora und der Kinderkrebshilfe Schweiz geht es nicht nur darum, Verantwortung gegenüber der Gesellschaft zu zeigen. Den Mitarbeitenden eröffnet sich auf diese Weise eine ideale Gelegenheit, neue Aufgaben zu übernehmen und ihre persönlichen Fähigkeiten weiterzuentwickeln.

Cembra schafft nachhaltige Wettbewerbsvorteile und Werte, indem sie die Interessen und Erwartungen ihrer wichtigsten Interessengruppen aktiv berücksichtigt. Basierend auf den Herausforderungen und Chancen für die Bank wurden vier Kernbereiche der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens identifiziert.

Geschlechterverteilung der Mitarbeitenden in %

Der Frauenanteil in der Bank beträgt 48%. In der Funktionsstufe «Management» liegt er bei 30%.



 Frauen
 Männer

855

Mitarbeitende aus 37 verschiedenen Ländern sind bei Cembra beschäftigt.



Cembra Money Bank ist stolz auf die Auszeichnung als Great Place To Work.

Bedeutende Entwicklungen

GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Im März 2018 gab Cembra Money Bank eine Partnerschaft mit dem Startup-Unternehmen Lendico Schweiz AG bekannt. Lendico, eine Tochtergesellschaft der PostFinance AG, ist ein KMU-Kreditmarktplatz mit Sitz in Zürich und seit Ende 2016 in der Schweiz tätig.

Im Mai 2018 bestätigte die Ratingagentur Standard & Poor's das langfristige Kreditrating der Bank «A-» mit einem stabilen Ausblick.

Im Juni 2018 wurde die im Oktober 2017 erworbene EFL Autoleasing AG erfolgreich mit der Bank fusioniert. Die Transaktion stärkte die Position der Bank als führende unabhängige Anbieterin von Fahrzeugfinanzierungen in der Schweiz.

Im Jahr 2018 hat die Bank drei neue Mitglieder in die Geschäftsleitung berufen. Im August trat Niklaus Mannhart die Funktion als Chief Operating Officer an. Niklaus Mannhart ist ein erfahrener IT- und Operations-Experte mit mehr als 20 Jahren Berufserfahrung in den Bereichen IT, Strategieberatung und als Chief Operating Officer. Im Oktober trat Pascal Perritaz als neuer Chief Financial Officer in die Bank ein. Er ist ein ausgewiesener Finanzexperte mit mehr als 20 Jahren Erfahrung in einer globalen Finanzdienstleistungsgruppe. Zuletzt übernahm Jörg Fohringer im November die Funktion als Managing Director B2B. Jörg Fohringer hat umfangreiche Erfahrung in der Unternehmenstransformation, der Entwick-

lung und Implementierung von Strategien und im Marketing in den Bereichen Finanzdienstleistung, Handel und Telekommunikation.

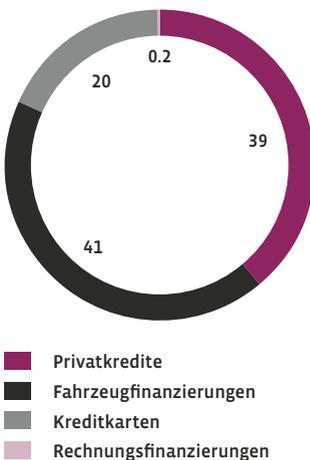
FREUNDLICHES WIRTSCHAFTLICHES UMFELD

Im Jahr 2018 entwickelten sich die wichtigsten Wirtschaftsindikatoren positiv für die Gruppe. Das Schweizer BIP wuchs um 2.5%, und der private Konsum entwickelte sich wiederum positiv mit einem Anstieg um 1.0%. Die durchschnittliche Arbeitslosenquote in der Schweiz blieb 2018 mit 2.6% auf tiefem Niveau, die Schweizer Zinssätze lagen trotz starken Bewegungen im Laufe des Jahres wieder nahezu auf dem Niveau des Jahresbeginns. Die niedrigen Zinsen ermöglichten es der Gruppe, neue Finanzmittel zu günstigen Konditionen aufzubringen und ihre Finanzierungskosten weiter zu senken.

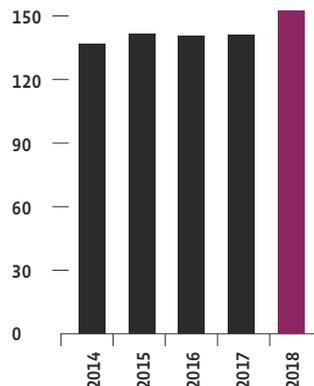
Im Bereich Privatkredite verteidigte die Gruppe ihren Marktanteil von rund 34% in einem herausfordernden Umfeld. Im Fahrzeugleasinggeschäft schätzt die Gruppe ihren Marktanteil stabil auf rund 17%. Das Kreditkartengeschäft entwickelte sich erneut stärker als der Markt, und der Marktanteil der Gruppe stieg von 12% auf 13%.

2018 konzentrierte sich Cembra auf die Digitalisierung ihres Kerngeschäfts und trieb Innovationen voran, um die Interaktion mit ihren Kunden noch weiter zu verbessern. Die Bank hat die Organisation neu ausgerichtet und drei neue Mitglieder in die Geschäftsleitung berufen. Ein stabiles wirtschaftliches Umfeld trug dazu bei, dass die Bank ihre Position als eine führende Anbieterin von Konsumkreditprodukten stärken konnte.

Nettoforderungen gegenüber Kunden in %



Reingewinn in CHF Millionen





Die Cembra-Geschäftsleitung (von links):



Volker Gloe (Chief Risk Officer), **Dr. Emanuel Hofacker** (General Counsel), **Daniel Frei** (Managing Director B2C), **Robert Oudmayer** (Chief Executive Officer), **Pascal Perritaz** (Chief Financial Officer), **Niklaus Mannhart** (Chief Operating Officer), **Jörg Fohringer** (Managing Director B2B).

Finanzüberblick

WACHSTUM IN ALLEN GESCHÄFTSBEREICHEN

Die Nettoforderungen der Gruppe gegenüber Kunden erhöhten sich im Geschäftsjahr 2018 um 5% auf einen Rekordwert von CHF 4'807 Millionen. Im Privatkreditgeschäft stiegen die Nettoforderungen gegenüber Kunden um 6% auf CHF 1'885 Millionen. Die Zinserträge gingen um 3% auf CHF 161.3 Millionen zurück, hauptsächlich aufgrund der tieferen Verzinsung des Privatkreditgeschäfts von 8.6%. Die Nettoforderungen gegenüber Kunden im Bereich Fahrzeugfinanzierung erhöhten sich um 2% auf CHF 1'974 Millionen. Der Zinsertrag erhöhte sich um 17% auf CHF 98.4 Millionen, in erster Linie als Folge des Erwerbs der EFL Autoleasing AG. Die Rendite des Autofinanzierungsgeschäfts erreichte 5.0%. Im Kreditkartengeschäft stiegen die Nettoforderungen bis Ende 2018 um 13% auf CHF 940 Millionen. Der Zinsertrag im Kreditkartengeschäft erhöhte sich um 19% auf CHF 71.7 Millionen bei einer Verzinsung von 8.0%. Die Anzahl der von der Cembra Money Bank herausgegebenen Kreditkarten belief sich auf 892'000, ein Anstieg um 11%.

REKORDERGEBNIS

Der Reingewinn stieg um 7% auf einen Rekordwert von CHF 154.1 Millionen. Der Nettoertrag erhöhte sich um 11% (organisch 7%) auf CHF 438.8 Millionen. Der Zinserfolg, der 70% zum Nettoertrag beisteuerte, stieg um 9% auf CHF 309.2 Millionen. Der Zinsertrag erhöhte sich um 7%, was im Wesentlichen auf höhere Volumen im Kreditkartengeschäft

und das Wachstum im Privatkreditgeschäft zurückzuführen ist. Der Generalversammlung wird eine erhöhte Dividende von CHF 3.75 pro Aktie vorgeschlagen.

Mit dem Rückgang des Zinsaufwands um 16% konnte Cembra weiterhin vom günstigen Zinsumfeld profitieren. Der Ertrag aus Kommissionen und Gebühren trug 2018 mit 30% zum Nettoumsatz bei. Zum Wachstum von 15% auf CHF 129.6 Millionen trugen vor allem steigende Erträge im Kreditkartengeschäft bei.

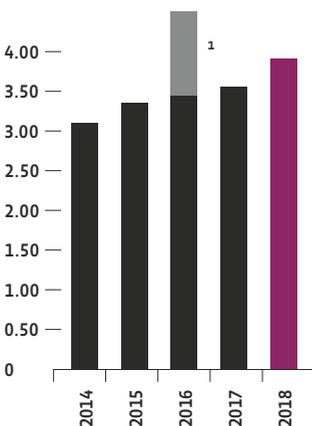
Als Folge des Wachstums im Kreditportfolio und der Akquisitionen erhöhten sich die Wertberichtigungen für Verluste auf Forderungen um 11% auf CHF 50.1 Millionen. Die Qualität der Forderungen blieb mit einer Verlustquote von 1.1% robust. Der Anteil der gefährdeten Forderungen war mit 0.4% stabil.

AUSBLICK

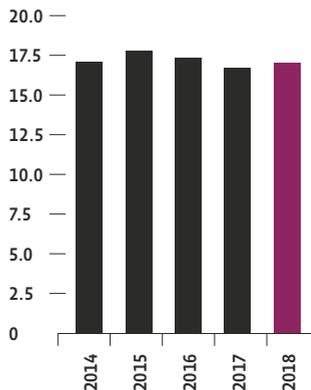
Cembra investiert weiterhin in neue Vertriebs- und Serviceplattformen und leitet zusätzliche Wachstumsinitiativen ein, um die Kernprodukte in neuen Kundensegmenten und Vertriebskanälen anzubieten. Für das Geschäftsjahr 2019 geht Cembra Money Bank von einem Ergebnis zwischen CHF 5.40 und CHF 5.70 pro Aktie aus.

2018 verzeichnete Cembra Money Bank das beste Resultat in der Geschichte des Unternehmens. Der Reingewinn stieg um 7% auf einen Rekordwert von CHF 154.1 Millionen. Alle Produkte trugen zum Wachstum der Nettoforderungen (+5%) und des Nettoertrags (+11%) bei. Dies entspricht einer Eigenkapitalrendite von 16.9% unter Wahrung einer hohen Tier-1-Kapitalquote von 19.2%. Der Generalversammlung wird eine erhöhte Dividende von CHF 3.75 pro Aktie vorgeschlagen.

Dividende pro Aktie in CHF

¹ Ausserordentliche Dividende

Eigenkapitalrendite (ROE) in %



Erfolgsrechnung

<i>(in Millionen CHF)</i>	2018	2017	Veränderung	in %
Zinsertrag	330.0	308.3	21.7	7
Zinsaufwand	-20.8	-24.7	- 3.9	-16
Zinserfolg	309.2	283.6	25.6	9
Ertrag aus Kommissionen und Gebühren	129.6	112.7	16.9	15
Nettoertrag	438.8	396.3	42.5	11
Wertberichtigungen für Verluste	-50.1	-45.1	5.0	11
Personalaufwand	-105.8	-97.7	8.1	8
Sachaufwand	-87.2	-70.3	16.9	24
Total Geschäftsaufwand	-193.0	-167.9	25.1	15
Ergebnis vor Steuern	195.7	183.3	12.4	7
Ertragssteueraufwand	-41.6	-38.8	2.8	7
Reingewinn	154.1	144.5	9.6	7
Ergebnis pro Aktie (in CHF)				
Unverwässert	5.47	5.13	0.34	7
Verwässert	5.46	5.12	0.34	7

Bilanz

<i>(Per 31. Dezember, in Millionen CHF)</i>	2018	2017	Veränderung	in %
Aktiven				
Flüssige Mittel und Forderungen gegenüber Banken	499	418	81	19
Forderungen gegenüber Kunden, netto	4'807	4'562	245	5
Finanzanlagen	11	12	-1	-9
Sachanlagen, netto	7	6	2	17
Immaterielle Werte, netto	33	26	7	27
Goodwill	16	15	1	7
Sonstige Aktiven	63	58	5	8
Latente Steuerguthaben	5	3	1	67
Total Aktiven	5'440	5'099	341	7
Passiven				
Kundeneinlagen	2'827	2'627	200	8
Rechnungsabgrenzungen und andere Passiven	157	144	12	8
Kurzfristige Verbindlichkeiten	300	100	200	200
Langfristige Verbindlichkeiten	1'198	1'321	-124	-9
Sonstige Passiven	25	21	4	19
Total Verbindlichkeiten	4'507	4'214	293	7
Aktienkapital	30	30	-	0
Kapitalreserven	210	295	-85	-29
Eigene Aktien	-101	-101	0	0
Bilanzgewinn	816	677	139	20
Kumulierte erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderung	-21	-16	-6	38
Total Eigenkapital	933	885	48	5
Total Passiven	5'440	5'099	341	7

Kontakte

Investor Relations

E-Mail: investor.relations@cembra.ch

Telefon: + 41 (0)44 439 8572

www.cembra.ch/investors

Media Relations

E-Mail: media@cembra.ch

Telefon: + 41 (0)44 439 8512

Cembra Money Bank AG

Bändliweg 20

8048 Zürich, Schweiz

Herausgeberin: Cembra Money Bank AG

Design & Konzept: schneiterpartner AG

Fotografie: Gian Marco Castelberg

Produktion & Druck: Linkgroup AG

