



Deine Schweizer Bank

Kurzbericht

19

Cembra ist eine führende Anbieterin von Finanzierungslösungen und -dienstleistungen. Unsere Produktpalette umfasst Konsumkreditprodukte wie Privatkredite und Fahrzeugfinanzierungen, Kreditkarten, den Vertrieb von damit zusammenhängenden Versicherungen, KMU-Kredite, Rechnungsfinanzierungen sowie Einlagen und Anlageprodukte.



Online-Bericht



Geschäftsbericht (pdf)



Kurzbericht



Der Online-Bericht und der vollständige Geschäftsbericht 2019 sind unter: reports.cembra.ch verfügbar.
Dieser Kurzbericht erscheint in deutscher und englischer Sprache.

CHF 3'180'000'000

betrug die Marktkapitalisierung von Cembra am Jahresende 2019

77'134'000

Kreditkartentransaktionen verarbeitete Cembra 2019

1'001'000

Kunden vertrauen auf Cembra als bevorzugte Partnerin

1'045

Mitarbeitende aus 36 Ländern arbeiten für Cembra

25

Aussendienstmitarbeitende betreuen rund 4'000 Autohändler in der Schweiz

CHF 3.75

Dividende pro Aktie der Generalversammlung beantragt

Kennzahlen & Fakten

<i>(in Millionen CHF)</i>	2019	2018	2017	2016
Nettoertrag	479.7	438.8	396.3	394.0
Wertberichtigung für Verluste	-45.1	-50.1	-45.1	-44.6
Total Geschäftsaufwand	-231.8	-193.0	-167.9	-167.5
Reingewinn	159.2	154.1	144.5	143.7
Bilanzsumme	7'485	5'440	5'099	4'857
Nettoforderungen gegenüber Kunden	6'586	4'807	4'562	4'073
Privatkredite	2'625	1'885	1'782	1'720
Fahrzeugfinanzierungen	2'915	1'974	1'942	1'641
Kreditkarten	1'029	940	833	711
Übrige	17	8	5	-
Eigenkapital	1'091	933	885	848
Aufwand/Ertrags-Verhältnis (in %)	48.3	44.0	42.4	42.5
Eigenkapitalrendite (ROE in %)	15.7	16.9	16.7	17.4
Tier 1-Kapitalquote (in %)	16.3	19.2	19.2	20.0
Vollzeitstellen	963	783	735	705
Kreditrating (S&P)	A-	A-	A-	A-
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie (in CHF)	5.53	5.47	5.13	5.10
Dividende pro Aktie (in CHF)	3.75	3.75	3.55	4.45
Aktienkurs (in CHF)	106.00	77.85	90.85	74.20
Marktkapitalisierung	3'180	2'336	2'726	2'226

Kennzahlen & Fakten	02
CEO-Interview	04
Über Cembra	08
Cembra in Zahlen	10
Nachhaltigkeit	30
Bedeutende Entwicklungen	32
Finanzüberblick	36



CEO-Interview

Erstklassige Produkte, Partner und Mitarbeitende – und eine Million Kunden. Robert Oudmayer, Chief Executive Officer von Cembra, über ein weiteres sehr erfolgreiches Geschäftsjahr, die Integration von cashgate, Nachhaltigkeit und die Zukunftspläne der Bank.

Robert Oudmayer, welche wichtigen Erfolge konnte Cembra im Jahr 2019 erzielen?

2019 konnten wir erneut eine hervorragende Geschäftsentwicklung verbuchen: Sowohl die Nettoforderungen gegenüber Kunden als auch die Nettoerträge sind gestiegen, und auch der Gewinn erreichte wieder ein Rekordniveau. Wir haben mit der Übernahme von cashgate den Grundstein für unsere Zukunft gelegt und Cembra Business eingeführt, unsere neue Online-Finanzierungslösung für kleine Unternehmen.

Ende 2019 hatte die Bank eine Million Kunden. Was steckt hinter dieser Erfolgsgeschichte?

Wir sind in unserer Arbeit sehr diszipliniert, besonders bei dem Management von Kosten, Finanzierung und Risiken. Wir kennen unsere Märkte genau und konzentrieren uns auf die Bereiche, in denen wir gut sind. Das – ergänzt durch erstklassige Produkte, Partner und Mitarbeitende – hat unseren Erfolg möglich gemacht.

Kurz und knapp: Wie lauten die Ergebnisse 2019?

Es liegt ein weiteres Rekordjahr hinter uns. Wir haben unsere Ziele in einem kompetitiven Marktumfeld erreicht und in allen Geschäftsbereichen profitables Wachstum erzielt. Unser Reingewinn ist um 3% auf ein Rekordergebnis von CHF 159.2 Millionen gestiegen. Die Nettoforderungen gegenüber Kunden stiegen dank der Übernahme von cashgate um 37%, und in den Bereichen Fahrzeugfinanzierung und Kreditkarten konnten wir ein starkes organisches Wachstum erzielen. Der Nettoertrag stieg um 9%, unsere Eigenkapitalrendite betrug 15.7%. Insgesamt sind wir mit unserer Leistung sehr zufrieden.

«2019 war erneut ein Rekordjahr – mit Wachstum in allen Geschäftsbereichen.»

Im September 2019 hat Cembra die Übernahme von cashgate abgeschlossen. Wie geht es mit der Integration voran?

Die Integration läuft plangemäss, und unser Geschäft ist gut positioniert, um weiter profitables Wachstum zu erzielen. Es freut uns sehr, dass die neuen Teams erfolgreich zusammenarbeiten, und wir begrüssen die Fortschritte.

Inwiefern werden die Aktionäre von Cembra von der Übernahme profitieren?

Unsere Aktionäre dürfen sich über eine gute Rendite freuen. Wir wollen durch die Übernahme bereits 2020 einen höheren Reingewinn und ein höheres Ergebnis pro Aktie erzielen. Zudem werden sie vom langfristigen Wachstum profitieren, das die Übernahme mit sich bringt.

Was ist mit den Kunden und Mitarbeitenden?

Wir werden unseren Kunden weiterhin attraktive Produkte und einen zuverlässigen Service bieten. Sie profitieren zudem von unserer laufenden Digitalisierung. Wir wollen das Onboarding stärker automatisieren und unsere Self-Service-Funktionen verbessern. Mit der Erfahrung von cashgate können wir diesen Prozess noch beschleunigen. Unseren Mitarbeitenden können wir aufgrund des Wachstums und der Investitionen mehr und vielfältigere Möglichkeiten bieten.

Was macht Cembra zu einer attraktiven Arbeitgeberin?

Cembra ist keine klassische Bank. In Bezug auf unsere Arbeitsvereinbarungen sind wir

flexibel, haben einen hohen Frauenanteil – auch in Führungspositionen – und mit Mitarbeitenden aus 36 verschiedenen Ländern eine sehr offene und vielfältige Kultur. Wir sind kein Grosskonzern, sondern ein verhältnismässig agiles und wachsendes mittelgrosses Unternehmen. Bei Cembra kann der Einzelne etwas bewirken – das macht die Arbeit interessant. Ich bin fest davon überzeugt, dass Flexibilität dazu beiträgt, die Motivation unserer Mitarbeitenden zu erhalten. Und unsere Bemühungen zahlen sich aus – 2019 wurden wir als Great Place To Work ausgezeichnet.

Mit Cembra Business hat die Bank ihr Produktportfolio erweitert. Was erwarten Sie von diesem neuen Geschäftsmodell?

Cembra Business bietet Kredite für kleine Unternehmen an. Wir sind der Meinung, dass dieses Marktsegment in der Schweiz noch nicht ausreichend bedient wird. Es ist schwierig für kleine Unternehmen, an die benötigten Finanzmittel zu kommen, und der Antragsprozess ist oft mühselig. Unser Produkt ist schnell und komplett online. Meine Erwartungen in Bezug auf Cembra Business sind ziemlich hoch.

**«Wir haben dieses Jahr
130'000 neue Kunden
gewinnen können.»**

Cembra hat im Kreditkartengeschäft neue Partnerschaften mit der Migros Bank und LIPO angekündigt. Was erhoffen Sie sich davon?

Wir haben heute fast eine Million Kreditkarten in Umlauf, und darauf sind wir sehr stolz. Als wir 2006 ins Kreditkartengeschäft einstiegen, fingen wir bei null an. Wir sind seitdem gewachsen, haben immer neue Partnerschaften geschlossen und haben auch unsere eigene Cembra-Kreditkarte. Die Kooperation mit der Migros Bank unterscheidet sich von unseren anderen Partnerschaften. Sie wird uns neue Marktfelder eröffnen, weil wir Banken als Kunden bedienen.

Nachhaltigkeit ist für viele Stakeholder ein immer wichtigeres Thema. Was tut Cembra in diesem Bereich?

Wir haben in diesem Jahr unsere Berichterstattung erweitert, um zu zeigen, welche konkreten Schritte Cembra unternommen hat, um verantwortungsbewusstes unternehmerisches Verhalten in der gesamten Organisation zu verankern. Unsere Bank engagiert sich seit 2003 für verschiedene wohltätige Zwecke, und wir wollen unseren Kunden verantwortungsbewusste Finanzierungsprodukte und Dienstleistungen bieten. Wir wollen unseren ökologischen Fussabdruck pro Kopf weiter reduzieren, und auch die Integrität unseres Unternehmens steht auf unserer Prioritätenliste ganz oben.

2020 hat die Bank sich in Cembra umbenannt, ohne den Zusatz «Money Bank». Warum?

Zum Zeitpunkt unseres Börsengangs 2013 hiess unsere Marke GE Money Bank, deshalb

passte die Bezeichnung Cembra Money Bank. Die Leute kannten uns ja bereits als «Money Bank». Mit der Zeit hat Cembra sich aber einen eigenen Namen gemacht und ist heute eine etablierte und bekannte Marke. Es war also an der Zeit, auf das «Money Bank» zu verzichten.

Welches sind die Schwerpunkte für 2020?

Wir müssen die Integration von cashgate erfolgreich abschliessen. Ausserdem setzen wir auf die weitere Digitalisierung unseres Geschäfts, auf die Entwicklung neuer Partnerschaften im Kartengeschäft und auf die Einführung unseres neuen Online-Finanzierungsprodukts für kleine Unternehmen.

Wie sieht die langfristige Strategie der Bank aus?

Unsere Strategie bleibt unverändert, wir bleiben fest auf Kurs. Vor allem wollen wir unser Kerngeschäft verteidigen, in dem wir stark sind. Das erreichen wir, indem wir neue Kunden gewinnen und dabei ein wettbewerbsfähiges Aufwand/Ertrags-Verhältnis beibehalten. Darüber hinaus wollen wir das Geschäft durch umfangreiche Investitionen in die Digitalisierung zukunftsfähig machen. Letztlich konzentrieren wir uns weiterhin auf die Schweiz und wollen unsere Präsenz hier noch weiter ausbauen. Ich sehe weiteres Wachstumspotenzial im Kreditkartengeschäft, in der Finanzierung kleiner Unternehmen und in der Rechnungsfinanzierung. Aber am wichtigsten ist, dass wir für alle unsere Kunden, Aktionäre und Geschäftspartner eine verlässliche und stabile Bank bleiben – und für unsere Mitarbeitenden eine tolle Arbeitgeberin.

Über Cembra

PRODUKTE

Wir bieten in der Schweiz eine breite Palette an Finanzierungslösungen an:

Privatkredite: Cembra ist eine führende Anbieterin im wettbewerbsintensiven Privatkreditmarkt. Wir bieten einen erstklassigen individuellen Service, und unsere Produkte sind über unsere 17 Filialen in der Schweiz sowie über unabhängige Vermittler und Online-Kanäle erhältlich.

Fahrzeugfinanzierungen: Cembra ist eine grosse markenunabhängige Anbieterin von Fahrzeugfinanzierungen in der Schweiz. Unsere Produkte werden über ein Vertriebsnetz von rund 4'000 Autohändlern verkauft, die als Vermittler fungieren. Eine engagierte Verkaufsabteilung mit 25 Mitarbeitenden im Aussendienst sorgt zusammen mit den Mitarbeitenden in unseren vier Servicezentren für einen individuellen, flexiblen und effizienten Service.

Kreditkarten: Mit rund einer Million ausgegebener Kreditkarten zählen wir zu den führenden Kartenanbietern in der Schweiz. Wir bieten ein Sortiment von Kreditkarten durch Partnerprogramme mit Migros, Conforama, TCS und Fnac sowie unsere eigene Kreditkarte.

Versicherungsprodukte: Im Vertrieb von Versicherungsprodukten treten wir als Vermittlerin auf. Kreditversicherungsprodukte bieten finanziellen Schutz bei unverschuldeter

Arbeitslosigkeit, Unfällen, Krankheit oder Erwerbsunfähigkeit. Wir bieten unseren Kreditkartenkunden auch Reise- und Flugunfallversicherungen sowie ein Schutzpaket für den Fall eines Kartenverlusts.

Einlagen: Privatkunden und institutionellen Anlegern bieten wir Anlageprodukte mit attraktiven Zinssätzen an.

Rechnungsfinanzierungen: Über unsere Tochtergesellschaft Swissbilling AG bieten wir Rechnungsfinanzierungen an.

KMU-Finanzierung: Seit Ende 2019 bieten wir unter der Marke Cembra Business Finanzierungslösungen für kleine Unternehmen an.

GESCHICHTE

Die Wurzeln von Cembra Money Bank gehen zurück auf das Jahr 1912, als die Banque commerciale et agricole E. Udry & Cie. in Fribourg gegründet wurde. Aus dieser Bank wurde später die Bank Prokredit. 1999 fusionierte GE Capital die Bank Prokredit mit der 1997 erworbenen Bank Aufina. Im Oktober 2013 löste sich die Bank vom Mutterkonzern GE, wurde an der Börse kotiert und firmierte neu als Cembra Money Bank AG. 2019 stärkten wir unsere Marktstellung durch den Erwerb der Konsumkreditanbieterin cashgate.

Cembra ist eine führende Schweizer Anbieterin von Finanzierungslösungen und -dienstleistungen. Unser Hauptsitz liegt in Zürich, und wir beschäftigen mehr als 1'000 Mitarbeitende aus 36 Ländern. Wir sind seit 2013 als unabhängige Schweizer Bank an der SIX Swiss Exchange kotiert.

1 Million

Kunden

Dank interessanten Finanzprodukten und einem hervorragenden Kundenservice konnten wir unseren Kundenstamm jedes Jahr erweitern. Per 31. Dezember 2019 war Cembra für 1'001'000 Kunden die Partnerin ihres Vertrauens.

Cembra in Zahlen



Million Kunden

2019 konnten wir unseren millionsten Kunden begrüßen. Wir sind stolz darauf, dass so viele Menschen auf Cembra vertrauen.



6 Jahre an der Börse

Seit unserem Börsengang im Oktober 2013 haben wir unsere Prognosen durchwegs erfüllt.

Im August überschritt der Kurs unserer Aktie die Marke von CHF 100.

100

Seit über einhundert Jahren

erweitern wir unsere Präsenz in der Schweiz kontinuierlich. Unsere Wurzeln reichen bis zur Gründung der Banque commerciale et agricole E. Uldry & Cie. im Jahr 1912 zurück.

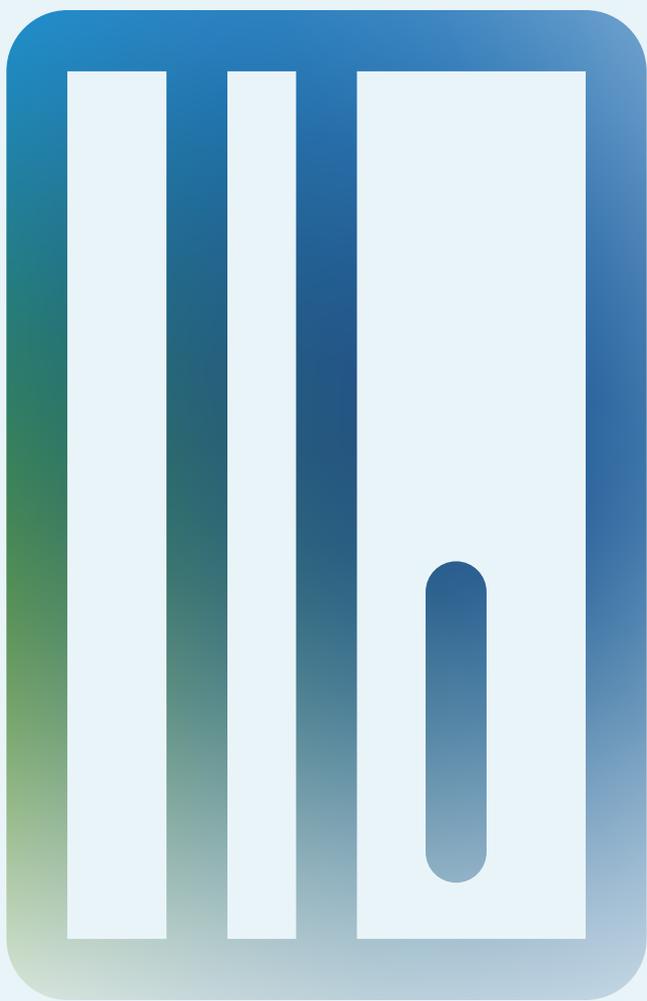
Seitdem hat die Bank eine lange Tradition aufgebaut und umfassende Erfahrungen als Anbieterin von Konsumkreditprodukten gesammelt.



Rund eine Million Kreditkarten

2006 stieg Cembra ins Kreditkartengeschäft ein. Bis 2019 ist die Anzahl der herausgegebenen Kreditkarten von null auf rund eine Million gewachsen.

Unsere wichtigsten Kreditkarten-Partner sind Migros, TCS, Conforama und Fnac. Zudem bieten wir auch eine eigene Kreditkarte an.





Leasing

Mit einem Marktanteil von 23% ist Cembra eine führende unabhängige Anbieterin von Fahrzeugfinanzierungen in der Schweiz. Über unser Vertriebsnetz von

rund 4'000 Autohändlern, 25 Mitarbeitenden im Aussendienst sowie vier Servicezentren bieten wir Finanzierungen für Autos, Wohnmobile und Motorräder.



0%

Marktanteil unserer Produkte

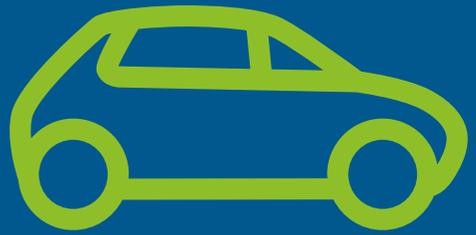
Cembra verfügt über eine starke Marktposition bei Konsumkrediten, Fahrzeugfinanzierungen und Kreditkarten.

Darüber hinaus bieten wir auch Rechnungsfinanzierung, Einlage- und Sparprodukte sowie KMU-Kredite.

44



23



14



Schweiz





17

Filialen

7



**Einer von sieben Erwachsenen in
der Schweiz ist Cembra-Kunde**

Und die Anzahl Kunden wächst
von Jahr zu Jahr.

77

Siebenundsiebzig Millionen Kreditkartentransaktionen

Mit unseren Partnern Migros, TCS, Conforama und Fnac sowie mit unserer eigenen Cembra-Kreditkarte haben wir 2019 77 Millionen

Kreditkartentransaktionen abgewickelt. Unser Marktanteil im Bereich kontaktloses Bezahlen liegt bei 21%.



4.2

Prozent neue Elektrofahrzeuge in der Schweiz

2019 hat sich der Anteil der in der Schweiz neu zugelassenen Autos mit Elektroantrieb auf 4.2% mehr als verdoppelt. Cembra bietet Kredite und Finanzierungsleasings für Elektrofahrzeuge zu äusserst

vorteilhaften Konditionen. Unsere Strategie ist auf den Ausbau dieses Geschäftsfelds ausgerichtet. Unsere Kunden sollen von Produkten profitieren, die es ihnen ermöglichen, Energie zu sparen.

1000

Mehr als tausend Mitarbeitende

Unsere Mitarbeitenden sind der Schlüssel zu unserem Erfolg. Vielfalt und Entwicklung der Mitarbeitenden sind zentraler Bestandteil unserer Kultur, und wir wollen unseren Mitar-

beitenden einen attraktiven Arbeitsplatz in einem kooperativen Umfeld bieten. Seit 2019 sind wir ein zertifizierter Great Place To Work. Darauf sind wir stolz.

48
% Frauen



25

% Frauen in Führungs-
positionen

36

Nationalitäten



47

47 Milliarden Schweizer Franken

umfasste 2019 das Volumen der Kreditkartentransaktionen in der Schweiz. Unser Geschäftsbereich Kreditkarten hat das Marktwachstum weiter über-

troffen. Mit unseren Karten bieten wir eine Reihe attraktiver Vorzüge wie Migros Cumulus-Punkte, Cashback, personalisiertes Design sowie Karten ohne Jahresgebühr.



Online-Finanzierungs- transaktionen

**Wir bieten Rechnungsfinan-
zierungen über unsere Tochter-
gesellschaft Swissbilling.**

**Swissbilling hat 2019 525'000
Transaktionen abgewickelt.**

Nachhaltigkeit

KUNDENORIENTIERUNG

Wir wollen sicherstellen, dass unsere Kunden zufrieden sind und uns mit einem hohen Mass an Treue und Loyalität belohnen. Wir wollen einen hohen Kundennutzen bieten und uns durch hervorragenden Service und operative Exzellenz abheben. Wir sind bestrebt, unseren Kunden transparente und verantwortungsvolle Lösungen anzubieten, die ihren Bedürfnissen entsprechen und nachhaltiges Verhalten fördern.

QUALITÄT UND INTEGRITÄT VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

Wir wollen von unseren Interessengruppen als verantwortungsbewusste Anbieterin von Finanzierungsprodukten und -dienstleistungen anerkannt werden. Unser übergeordnetes Ziel ist es, den Kunden den Kreditbetrag zu gewähren, der ihrer individuellen Situation entspricht, und zu verhindern, dass sie sich überschulden.

MENSCHEN UND ENTWICKLUNG

Unsere Mitarbeitenden sind eine unserer wichtigsten Interessengruppen. Dank ihrem Engagement sind wir eine der erfolgreichsten Banken der Schweiz. Daher sind wir entschlossen, unseren Mitarbeitenden einen attraktiven Arbeitsplatz zu bieten, mit einem gesunden Umfeld, ihre Entwicklung und Karriere zu fördern und ihre Leistung zu würdigen.

UMWELTVERANTWORTUNG

Da wir unsere Produkte nur in unserem Heimatmarkt Schweiz anbieten, ist unser ökologischer Fussabdruck vergleichsweise klein. Wir haben uns jedoch verpflichtet, die Ressourcen auf nachhaltige Weise zu nutzen, negative Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu minimieren und den Übergang zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft zu fördern.

GESCHÄFTSINTEGRITÄT

Als unabhängige Bank und Marktführerin sind wir davon überzeugt, dass strenge aufsichtsrechtliche Anforderungen und transparente Informationen ein guter Weg sind, um mehr Vertrauen zu schaffen, insbesondere bei Kunden und anderen wichtigen Interessengruppen. Die Mitarbeitenden sind für ihre Handlungen verantwortlich, sollten vollständige Transparenz gewährleisten und müssen sich integer verhalten.

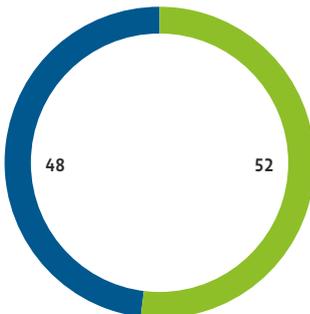
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Wir nehmen unsere soziale Verantwortung ernst. Indem wir uns auf benachteiligte Menschen konzentrieren, wollen wir die Wahrnehmung von Cembra auf dem Markt stärken. Wir betrachten uns als gleichberechtigte Partner und legen grossen Wert darauf, Projekte und Initiativen langfristig zu unterstützen.

Unser Ziel ist, langfristige Werte zu schaffen, indem wir die Interessen und Erwartungen unserer wichtigsten Interessengruppen aktiv berücksichtigen, nachhaltiges Verhalten fördern und einen Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft leisten.

Geschlechterverteilung der Mitarbeitenden in %

Der Frauenanteil in der Bank beträgt 48%. In der Funktionsstufe Management liegt er bei 25%.



- Frauen
- Männer

1'045

Mitarbeitende aus 36 verschiedenen Ländern sind bei Cembra beschäftigt.



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

Bedeutende Entwicklungen

MARKTANTEIL UNSERER PRODUKTE

In einem herausfordernden Umfeld erreichte die Bank einen geschätzten Marktanteil von rund 44% der ausstehenden *Verbraucher-kredite*. Cembra schätzt den Marktanteil für *Fahrzeugleasing* im Jahr 2019 auf 23% des ausstehenden Leasingvolumens. Das *Kreditkartengeschäft* der Bank gewann auch 2019 weitere Marktanteile. Die Anzahl ausgegebener Karten stieg gegenüber 2018 um rund 92'000 oder 10% auf rund 984'000. Der Marktanteil der Gruppe, gemessen an der Anzahl ausgegebener Karten, erhöhte sich 2019 von 13% auf 14%.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Am 1. Juli 2019 gab Cembra bekannt, mit der Aduno Holding AG einen Vertrag über den Erwerb von 100% der Aktien der cashgate AG unterzeichnet zu haben. Der Kaufpreis betrug CHF 277 Millionen, und die Übernahme wurde am 2. September 2019 abgeschlossen. Mit dieser Übernahme steigerten wir unser Portfolio in den Bereichen Privatkredite und Fahrzeugfinanzierungen um rund CHF 1.5 Milliarden auf insgesamt CHF 6.6 Milliarden.

Am 2. Juli 2019 platzierten wir erfolgreich 1.2 Millionen eigene Aktien (4% des Aktienkapitals) und gaben im Rahmen einer Privatplatzierung eine Wandelanleihe über CHF 250 Millionen aus, um einen Teil der cashgate-Transaktion zu finanzieren. Am 4. Juli 2019 gab Cembra eine nachrangige Anleihe (Additional Tier 1) im Umfang von CHF 150 Millionen aus.

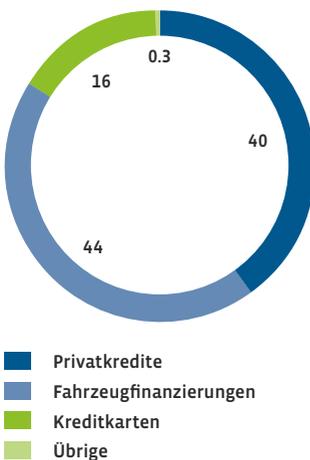
Am 4. November 2019 gab Cembra bekannt, dass Ben Tellings, Vizepräsident des Verwaltungsrats, Ende 2019 sein Amt niederlegen wird. Seit Anfang 2020 steht uns Ben Tellings als externer Berater mit seiner Expertise zur Verfügung.

Im Jahr 2019 konnten wir unsere Stellung auf dem Schweizer Kreditkartenmarkt weiter stärken, indem wir neue Partnerschaften eingingen und bestehende verlängerten.

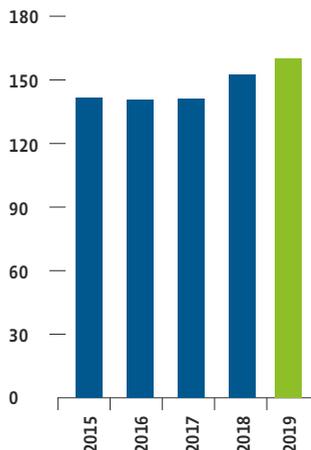
- Am 27. August 2019 gaben wir bekannt, dass wir unsere Kreditkarten-Partnerschaft mit Fnac bis 2024 verlängern.
- Am 4. Dezember 2019 schlossen wir eine neue Kreditkarten-Partnerschaft mit dem Möbelhändler LIPO Einrichtungsmärkte AG ab.
- Am 5. Dezember 2019 verkündete Cembra eine neue Partnerschaft mit der Migros Bank AG, mit dem Ziel, eine neue Kreditkarte einzuführen.

2019 übernahm Cembra die cashgate AG. Durch diese Akquisition haben wir unser Portfolio an Privatkrediten und Autoleasing vergrößert, und sie wird dazu beitragen, die Umsetzung unserer digitalen Transformation zu beschleunigen. Wir stärkten auch unsere Position auf dem Schweizer Kreditkartenmarkt, indem wir neue Partnerschaften mit LIPO und der Migros Bank eingingen.

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

PROFITABLES WACHSTUM ALLER GESCHÄFTSBEREICHE

In der Gruppe stiegen die Nettoforderungen gegenüber Kunden aufgrund der Konsolidierung von cashgate um 37% auf den Rekordbetrag von CHF 6.6 Milliarden. Trotz dem starken Wettbewerb in allen Geschäftsbereichen lag das organische Wachstum der Forderungen von Cembra ohne Berücksichtigung von cashgate bei 6%.

Die Nettoforderungen im *Privatkreditgeschäft* stiegen um 39% auf CHF 2.6 Milliarden (+2% ohne cashgate). Der Zinsertrag im Privatkreditgeschäft erhöhte sich um 7% auf CHF 172.6 Millionen, und die Marge betrug 7.5%.

Die Nettoforderungen gegenüber Kunden im Bereich *Fahrzeugfinanzierungen* stiegen im Berichtszeitraum um 48% auf CHF 2.9 Milliarden (+7% ohne cashgate). Der Zinsertrag lag mit CHF 110.6 Millionen um 12% höher, und die Marge lag für das Fahrzeugfinanzierungsgeschäft bei 4.5%.

Die solide Entwicklung des *Kreditkartengeschäfts* wurde durch die höhere Anzahl ausgegebener Karten (+10% gegenüber dem Vorjahr auf 984'000) und einen weiteren Anstieg der Transaktionsvolumina (+10% gegenüber dem Vorjahr) erreicht. Die Nettoforderungen stiegen um 9% auf CHF 1.0 Milliarden. Der Zinsertrag im Kreditkartengeschäft stieg um 11% auf CHF 79.4 Millionen, und die Marge betrug 8%.

STETIGE UMSATZSTEIGERUNG

Der Nettoertrag stieg um 9% auf CHF 479.7 Millionen (+4% ohne cashgate). Der Zinsertrag stieg infolge der Übernahme und der höheren Kreditkartenvolumen um 9%. Aufgrund des um CHF 1.8 Milliarden höheren Finanzierungsportfolios nahm der Zinsaufwand um 34% auf CHF 27.8 Millionen zu.

GUTE PERFORMANCE BEI DEN WERTBERICHTIGUNGEN

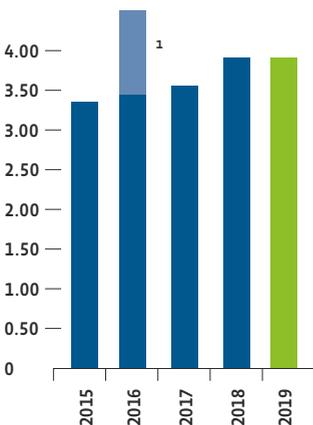
Die Wertberichtigung für Verluste verringerte sich trotz dem wachsenden Kreditportfolio um 10% auf CHF 45.1 Millionen. Dieser Rückgang liess sich auf das weiterhin günstige Makroumfeld sowie einen Einmaleffekt aufgrund der besseren Abstimmung von Abschreibungs- und Inkassoverfahren zurückführen.

AUSBLICK

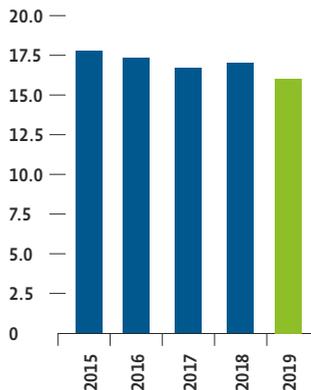
Während sich die vor kurzem erfolgte Ausbreitung des Coronavirus (Covid-19) negativ auf die Weltwirtschaft und auf die Schweizer Wirtschaft auswirkt, ist Cembra gut in das neue Jahr gestartet. Dank mehrjährigen Verträgen und unseren langjährigen Erfahrungen erwartet die Gruppe in diesem Jahr einen robusten Geschäftsverlauf. Die Integration von cashgate schreitet wie geplant voran. Das Management von Cembra beurteilt laufend die Situation und wird, falls notwendig, die Guidance aktualisieren.

2019 erzielte Cembra erneut ein Jahresergebnis in Rekordhöhe. Der Reingewinn stieg um 3% auf CHF 159.2 Millionen. Die Nettoforderungen gegenüber Kunden stiegen um 37% aufgrund der Übernahme von cashgate sowie organischen Wachstums in den Bereichen Fahrzeugfinanzierungen und Kreditkarten. Die Eigenkapitalrendite erreichte 15.7%, und die Tier 1-Kapitalquote lag bei 16.3%. Der Generalversammlung wird eine Dividende pro Aktie von CHF 3.75 vorgeschlagen.

Dividende pro Aktie in CHF

¹ Ausserordentliche Dividende

Eigenkapitalrendite (ROE) in %



Erfolgsrechnung

<i>(in CHF Millionen)</i>	2019	2018	Veränderung	in %
Zinsertrag	359.8	330.0	29.8	9
Zinsaufwand	-27.8	-20.8	7.0	34
Zinserfolg	332.0	309.2	22.8	7
Ertrag aus Kommissionen und Gebühren	147.7	129.6	18.1	14
Nettoertrag	479.7	438.8	40.9	9
Wertberichtigung für Verluste	-45.1	-50.1	-5.0	-10
Personalaufwand	-120.5	-105.8	14.6	14
Sachaufwand	-111.3	-87.2	24.1	28
Total Geschäftsaufwand	-231.8	-193.0	38.7	20
Ergebnis vor Steuern	202.9	195.7	7.1	4
Ertragssteueraufwand	-43.7	-41.6	2.1	5
Reingewinn	159.2	154.1	5.1	3
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie (in CHF)	5.53	5.47	0.06	1

Bilanz

<i>(per 31. Dezember, in Millionen CHF)</i>	2019	2018	Veränderung	in %
Aktiven				
Flüssige Mittel und Forderungen gegenüber Banken	543	499	43	9
Nettoforderungen	6'586	4'807	1'779	37
Sonstige Aktiven	357	134	223	>100
Total Aktiven	7'485	5'440	2'045	38
Passiven				
Kundeneinlagen	3'495	2'827	668	24
Kurz- und langfristige Verbindlichkeiten	2'639	1'498	1'141	76
Sonstige Passiven	260	182	78	43
Total Verbindlichkeiten	6'395	4'507	1'888	42
Aktienkapital	30	30	0	0
Kapitalreserven	259	210	50	24
Eigene Aktien	-35	-101	-66	-65
Bilanzgewinn	860	816	44	5
Kumulierte erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderung	-23	-21	2	10
Total Eigenkapital	1'091	933	157	17
Total Passiven	7'485	5'440	2'045	38

Kontakte

Investor Relations

E-Mail: investor.relations@cembra.ch

Telefon: + 41 44 439 85 72

www.cembra.ch/investors

Media Relations

E-Mail: media@cembra.ch

Telefon: + 41 44 439 85 12

Cembra Money Bank AG

Bändliweg 20

8048 Zürich, Schweiz

