



Deine Schweizer Bank

Kurzbericht

20

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



Online-Bericht



Geschäftsbericht (pdf)



Kurzbericht



Der Online-Bericht und der vollständige Geschäftsbericht 2020 sind unter: reports.cembra.ch verfügbar.

Dieser Kurzbericht erscheint in deutscher und englischer Sprache.

Fakten

CHF 3'216'000'000

betrug die Marktkapitalisierung von Cembra am Jahresende 2020

80'860'593

Kreditkartentransaktionen verarbeitete Cembra 2020

1'027'000

Kunden vertrauen auf Cembra als bevorzugte Partnerin

1'012

Mitarbeitende aus 39 Ländern arbeiten für Cembra

24

Aussendienstmitarbeitende betreuen rund 4'000 Autohändler in der Schweiz

CHF 3.75

Dividende pro Aktie der Generalversammlung beantragt

Kennzahlen

| <i>(in Millionen CHF)</i> | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 |
|---|---------------|--------|--------|--------|
| Nettoertrag | 497.2 | 479.7 | 438.8 | 396.3 |
| Wertberichtigung für Verluste | -56.4 | -45.1 | -50.1 | -45.1 |
| Total Geschäftsaufwand | -247.4 | -231.8 | -193.0 | -167.9 |
| Reingewinn | 152.9 | 159.2 | 154.1 | 144.5 |
| Bilanzsumme | 7'244 | 7'485 | 5'440 | 5'099 |
| Nettoforderungen gegenüber Kunden | 6'293 | 6'586 | 4'807 | 4'562 |
| Privatkredite | 2'408 | 2'625 | 1'885 | 1'782 |
| Fahrzeugfinanzierungen | 2'853 | 2'915 | 1'974 | 1'942 |
| Kreditkarten | 970 | 1'029 | 940 | 833 |
| Übrige | 62 | 17 | 8 | 5 |
| Eigenkapital | 1'127 | 1'091 | 933 | 885 |
| Aufwand/Ertrags-Verhältnis (in %) | 49.8 | 48.3 | 44.0 | 42.4 |
| Eigenkapitalrendite (ROE in %) | 13.8 | 15.7 | 16.9 | 16.7 |
| Tier 1-Kapitalquote (in %) | 17.7 | 16.3 | 19.2 | 19.2 |
| Vollzeitstellen | 928 | 963 | 783 | 735 |
| Kreditrating (S & P) | A- | A- | A- | A- |
| Unverwässertes Ergebnis pro Aktie (in CHF) | 5.21 | 5.53 | 5.47 | 5.13 |
| Dividende pro Aktie (in CHF) | 3.75 | 3.75 | 3.75 | 3.55 |
| Aktienkurs (in CHF) | 107.20 | 106.00 | 77.85 | 90.85 |
| Marktkapitalisierung | 3'216 | 3'180 | 2'336 | 2'726 |

| | |
|---------------------------------|-----------|
| Kennzahlen & Fakten | 02 |
| CEO-Interview | 04 |
| Über Cembra | 08 |
| 5 Eigenschaften im Fokus | 10 |
| Nachhaltigkeit | 32 |
| Bedeutende Entwicklungen | 34 |
| Finanzüberblick | 38 |

«Cembra ist zuverlässig, widerstandsfähig und wächst.»

Robert Oudmayer, CEO



Robert Oudmayer war fast zwölf Jahre lang Chief Executive Officer von Cembra und übergibt die Geschäfte nun an seinen Nachfolger. Wir sprachen mit ihm über Widerstandsfähigkeit, engagierte Mitarbeitende, starke Partner und ein dynamisches Geschäftsmodell – alles Faktoren, die Cembra 2020 zu einem robusten Jahresergebnis verholfen haben.

Robert Oudmayer, welche wichtigen Erfolge konnte Cembra 2020 erzielen?

Wir haben 2020 ein robustes Ergebnis verbucht. Trotz der Covid-19-Pandemie ging unser Reingewinn im Vergleich zum Vorjahr nur um 4% zurück. Das ist ein gutes Ergebnis. Cembra hat gut auf die Pandemie reagiert, wobei für uns die Sicherheit und die Gesundheit unserer Mitarbeitenden an erster Stelle standen. Wir haben die erforderlichen Vorkehrungen und Massnahmen für ein sicheres Arbeitsumfeld getroffen; die meisten unserer Mitarbeitenden arbeiten von zu Hause aus.

Wir schlossen zudem die Integration von cashgate innerhalb von nur elf Monaten nach der Übernahme ab, lancierten zusammen mit LIPO eine neue Kreditkarte und begründeten eine neue Partnerschaft mit IKEA. Darüber hinaus erzielten wir weitere Fortschritte in der Nachhaltigkeit und erhielten erneut die Auszeichnung Great Place to Work.

Inwieweit hatte Covid-19 Einfluss auf die Ergebnisse?

Wir haben unter Beweis gestellt, dass Cembra selbst in einer schwierigen Situation wie einer Pandemie widerstandsfähig bleiben kann. Darüber hinaus erwies sich unser umsichtiges Risikomanagement als richtig. Mit Blick auf unsere Mitarbeitenden, unsere Partner sowie unsere Finanzierungen und Kosten denken wir konsequent langfristig. Dank dieser langfristigen Ausrichtung und unserem konservativen Ansatz konnte Cembra ihre gute Verfassung trotz den Herausforderungen des letzten Jahres aufrechterhalten.

Was macht Cembra so widerstandsfähig?

Das hat verschiedene Gründe. Wir pflegen sehr erfolgreiche langfristige Partnerschaften mit Autohändlern, Vermittlern und Einzelhändlern – mit vielen unserer Partner arbeiten wir schon seit langer Zeit zusammen. Zudem haben wir engagierte Mitarbeitende. Sie sind zu einem grossen Teil schon seit vielen Jahren im Geschäft, kennen unsere Branche und den Markt gut und verfügen über umfassende Berufserfahrung. Auch die Tatsache, dass Cembra ein dynamisches Unternehmen ist, spielt eine Rolle. Wir können uns rasch auf veränderte Umstände einstellen. Erfordert die Situation,

dass wir von zu Hause aus arbeiten, dann tun wir das. Müssen wir unsere Vertriebsmodelle umstellen, dann sind wir auch dazu in der Lage. Durch diese Einstellung ist Cembra sehr widerstandsfähig.

Können Sie uns einen Überblick über die Ergebnisse für 2020 geben?

Unser Nettoertrag wuchs um 4%, der Zinsertrag erhöhte sich um 13%, was hauptsächlich auf die Übernahme von cashgate zurückzuführen ist. Diese Zunahme steht einem teilweisen Rückgang der Kommissions- und Gebühreneinnahmen um 17% aufgrund des Covid-19-Lockdowns gegenüber. Die Verlustquote blieb trotz dem herausfordernden Umfeld mit 0.9% stabil. Dies führte zu einem um 4% tieferen Reingewinn von CHF 152.9 Millionen. Die Eigenkapitalrendite lag bei 13.8% und die Tier 1-Kapitalquote bei 17.7%.

Die Übernahme von cashgate hat sich also als vorteilhaft erwiesen?

Absolut. cashgate hat 2020 einen wichtigen Beitrag zu unseren Ergebnissen geleistet. Insgesamt sind wir mit der Übernahme sehr zufrieden. Wir sind stolz darauf, dass wir die meisten unserer cashgate-Kolleginnen und -Kollegen halten konnten. Wir haben das Unternehmen nicht allein wegen seiner Vermögenswerte gekauft, sondern auch wegen seiner qualifizierten Mitarbeitenden. Wir werden auch in Zukunft davon profitieren.

«Wir können uns rasch auf veränderte Umstände einstellen.»

Cembra hat mit IKEA Schweiz einen neuen Vertrag geschlossen. Warum ist diese Partnerschaft für die Bank wichtig?

Wir sind sehr glücklich und stolz, IKEA als neue Partnerin gewonnen zu haben. IKEA ist eine führende globale Marke mit starker Präsenz in der Schweiz. Die Partnerschaft wird zum Wachstum unseres Kreditkartengeschäfts beitragen und unsere Marktposition festigen, da wir Einzelhändlern ein sehr attraktives Paket anbieten können, das eine Kreditkarte mit anderen Produkten und Leistungen kombiniert. IKEA wird von der erfolgreichen Rechnungsfinanzierungslösung unserer Tochter Swissbilling und möglicherweise künftig auch von anderen Produkten profitieren.

Wie laufen die Digitalisierungsmaßnahmen bei Cembra?

Die Digitalisierung hat sich durch die Covid-19-Pandemie beschleunigt. Hier liegen wir auf Kurs. Wir haben für KMU-Kredite eine reine Online-Lösung bereit gestellt, besitzen eine sehr starke Online-Marke für Privatkredite und können dank unserer Übernahme von cashgate nun auch den Online-Abschluss von Kreditverträgen anbieten. Aktuell arbeiten wir daran, unsere Kreditkarten zu einer digitalen Erfahrung zu machen. Wir werden 2021 eine mobile Kartenplattform einführen, die das Kundenerlebnis deutlich aufwerten wird. Auch unsere anderen Plattformen optimieren wir derzeit.

Nachhaltigkeit ist für viele Stakeholder ein immer wichtigeres Thema.

Was tut Cembra in diesem Bereich?

Wir haben uns 2020 verstärkt auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Die Geschäftsleitung hat einen Nachhaltigkeitsausschuss unter dem Vorsitz des CEO aufgesetzt, um in den wichtigsten Nachhaltigkeitsbereichen Verbesserungsmöglichkeiten zu ermitteln und voranzutreiben. Unsere verstärkten Bemühungen um vermehrte Nachhaltigkeit wurden von führenden ESG-Rating-Agenturen bereits honoriert: Cembra wurde in den SXI Switzerland Sustainability 25 Index sowie in den Bloomberg Gender Equality Index 2021 aufgenommen und hat eine We Pay Fair-Auszeichnung erhalten. Wir haben viel erreicht. Nachhaltiges Handeln ist die Zukunft – für unsere Mitarbeitenden, unsere Kunden, unsere Partner, unsere Investoren und die Gesellschaft als Ganzes.

«Cembra kann Einzelhändlern ein sehr attraktives Paket anbieten, das eine Kreditkarte mit anderen Produkten und Leistungen kombiniert.»

Cembra wurde erneut als Great Place to Work ausgezeichnet. Was macht Cembra zu einer attraktiven Arbeitgeberin?

Es freut mich sehr, dass wir die Zufriedenheitswerte unserer Mitarbeitenden während der Covid-19-Pandemie sogar noch steigern konnten. Das erfüllt uns mit Stolz und bestätigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Wir wollen das Richtige für unsere Mitarbeitenden tun. Unsere Belegschaft ist sehr vielfältig, wir setzen viel Vertrauen in die Mitarbeitenden und bieten ihnen Flexibilität und Entwicklungschancen. Jeder Einzelne kann hier etwas bewirken. Ich denke, das ist es, was Cembra als Arbeitgeberin attraktiv macht.

Was erwarten Sie für 2021?

Ich fühle mich privilegiert, dass ich fast zwölf Jahre lang CEO dieses Unternehmens sein konnte. Am 1. März 2021 habe ich den Stab an meinen Nachfolger Holger Laubenthal übergeben. Die Bank ist in guter Verfassung und verfügt über ein starkes Managementteam. Cembra ist zuverlässig, widerstandsfähig und wächst. Meine Tätigkeit als CEO von Cembra hat mir sehr viel Freude bereitet, und ich verlasse die Bank in der Gewissheit, dass sie sich in guten Händen befindet. Meine besten Wünsche begleiten Holger für seine neue Aufgabe.

Cembra ist eine führende Schweizer Anbieterin von Finanzierungslösungen und -dienstleistungen.

Unser Hauptsitz liegt in Zürich, und wir beschäftigen mehr als 1'000 Mitarbeitende aus 39 Ländern.

Wir sind seit 2013 als unabhängige Schweizer Bank an der SIX Swiss Exchange kotiert.

1 Million

Kundinnen und Kunden

Dank attraktiven Finanzprodukten und einem hervorragenden Kundenservice konnten wir unseren Kundenstamm jedes Jahr erweitern. Per 31. Dezember 2020 war Cembra für 1'027'000 Kunden die Partnerin ihres Vertrauens.

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 13 Filialen in der ganzen 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 agieren. Eine engagierte Verkaufsabteilung mit 24 Mitarbeitenden im Aussendienst sorgt zusammen mit den Mitarbeitenden in unseren vier Servicezentren für einen individuellen, flexiblen und effizienten Service.

Kreditkarten: Mit rund 1 Million herausgegebenen Kreditkarten zählen wir zu den führenden Kartenanbietern in der Schweiz. Wir bieten ein Sortiment von Kreditkarten durch Partnerprogramme mit Migros, Conforama, TCS, Fnac und LIPO sowie unserer eigenen Kreditkarte. Die Karten bieten eine Reihe attraktiver Vorzüge wie Cumulus-Punkte der Migros, Cashback, keine Jahresgebühren oder personalisiertes Design.

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 im Falle 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: Unter der Marke Cembra Business bieten wir 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. Uldry & Cie. in Freiburg 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 des Konsumkreditanbieters cashgate. Anfang 2020 änderten wir unseren Markennamen in «Cembra».

Als Namensgeberin der Bank diente die in der Schweiz beheimatete Arve (Pinus cembra), ein robuster und widerstandsfähiger Baum mit starken Wurzeln. Dies symbolisiert unseren Ursprung und die Stärke unserer Bank.



Eigenschaften im Fokus

In Krisenzeiten zeigt sich wahre Stärke. Das herausfordernde Jahr 2020 haben wir gut gemeistert. Die nötige Kraft dazu gab uns unsere gezielte Ausrichtung. Wir haben uns auf das fokussiert, worin wir gut sind: Finanzierungslösungen und -dienstleistungen in der Schweiz. Unsere Robustheit ist aber auch fünf Eigenschaften geschuldet, die Cembra charakterisieren: Unsere Bank ist **widerstandsfähig, dynamisch, partnerschaftlich, nachhaltig** und **engagiert**. Gemeinsam mit unserer laufenden digitalen Transformation sorgen diese Eigenschaften für langfristige Erfolge.



WW

WIDERSTANDSFÄHIG

**Herausforderungen spornen uns zur
Höchstform an. Unsere langjährige Erfahrung
und die bewährte Unternehmensstrategie sorgen
für Stabilität.**



**«Widerstandsfähigkeit
ist ein Beleg dafür,
dass man sein Handwerk
versteht.»**

Volker Gloe, Chief Risk Officer



«Risiken sind überall – wir müssen sie managen.»

Das Risiko ist seine Spezialität. Seit dem Börsengang von Cembra im Jahr 2013 ist Volker Gloe als Chief Risk Officer im Unternehmen. In seiner Funktion stellt er sicher, dass sämtliche Risiken bewusst eingegangen, begrenzt und kontrolliert werden. Auch in Krisensituationen.

2020 war ein ungewöhnliches und anspruchsvolles Jahr. Wie hat Cembra diese Herausforderung gemeistert?

Das Jahr verlief sicherlich nicht so, wie wir das zu Jahresbeginn erwartet hatten. Doch dank unserer grossen Erfahrung haben wir gefasst reagiert und uns rasch auf die neue Situation eingestellt. Ob es nun die Arbeitsplatzsituation unserer Mitarbeitenden betraf oder das Kreditausfallrisiko von Kunden: Wir haben schnell Massnahmen ergriffen. Wir konnten uns auf unsere Kompetenzen und Stärken stützen und so die Widerstandsfähigkeit von Cembra auch im Jahr 2020 unter Beweis stellen.

Wieso ist Widerstandsfähigkeit so wichtig?

Widerstandsfähigkeit ist ein Beleg dafür, dass man sein Handwerk versteht. Und solides Handwerk steht für Qualität und damit für eine gewisse Vorhersagbarkeit, Stabilität oder zumindest weniger Schwankungsanfälligkeit. Dies trägt wiederum zu Vertrauen bei. Einerseits das Vertrauen unserer Kunden, dass wir trotz einem schwierigen Umfeld die Qualität unserer Produkte und unserer Services aufrechterhalten können. Andererseits bei unseren Mitarbeitenden, deren Sicherheit und Arbeitsplätze Cembra stets ins Zentrum stellt. Und schliesslich trägt

die Widerstandsfähigkeit auch dazu bei, dass unsere Investoren die Stabilität ihrer Anlage besser abschätzen können.

Welche Lösungsansätze nutzt Cembra, um auch in Krisenzeiten zu bestehen?

Cembra ist spezialisiert auf Finanzierungslösungen in der Schweiz. In diesem Marktsegment haben wir eine lange Historie. Unsere Produktpalette ist begrenzt, aber gleichzeitig diversifiziert. Die Einfachheit des Geschäftsmodells und die Erfahrung zahlen sich in Krisenzeiten aus. Wie bei früheren Herausforderungen, etwa der Finanzkrise 2008/2009, wenden wir erprobte Massnahmen des Risikomanagements an, um die Widerstandsfähigkeit des Geschäfts zu unterstützen. So haben wir auch 2020 unseren Risikoappetit in einigen Segmenten zurückgefahren, strengere Vorgaben bei der Kreditvergabe gemacht und Kunden noch stärker bei der Einhaltung ihrer vertraglichen Verpflichtungen unterstützt. Unsere Risikoabteilung hat die Kreditportfolios noch detaillierter analysiert und überwacht. Die solide Verlustquote ist eine gute Indikation, dass die Qualität des Portfolios 2020 nicht gelitten hat. Die Stabilität und die Robustheit der Risikokennzahlen belegen die Effektivität des Kreditrisikomanagements und sind somit ein Kernelement der Widerstandsfähigkeit von Cembra.





DYNAMISCH

Wir halten mit Veränderungen Schritt.
Agiles Handeln und
flexible Lösungen sind unser Alltag.

Flexible Lösungen in einem dynamischen Markt
Kundenbedürfnisse nicht nur bedienen, sondern antizipieren, am Puls der Zeit sein, agil handeln – als Anbieterin von Finanzierungslösungen ist es für uns selbstverständlich, flexibel auf sich verändernde Anforderungen zu reagieren. Dynamisch ist dabei nicht nur die Herangehensweise, sondern auch die Umsetzung.

Stillstand ist in keiner Branche ein nachhaltiges Geschäftsmodell. Sich immer wieder neu zu erfinden, ist Teil des Erfolgs. Als agiles und wachsendes mittelgrosses Unternehmen gelingt Cembra die wichtige Balance zwischen Dynamik und Stabilität. Der dynamische Ansatz zeigt sich in unterschiedlichen Bereichen.

Dynamisches Kartengeschäft

Wie der «Swiss Payment Monitor 2020»¹ zeigt, fand bereits vor der Covid-19-Pandemie in der Schweiz eine Verschiebung von Bargeld zu Kartenzahlungen und zu mobilen Zahlformen statt. Laut der Studie wuchsen die Kreditkartentransaktionen von 2005 bis 2019 um das Fünffache. Dieser Trend wurde durch die Covid-19-Krise weiter verstärkt. Das Projekt «Monitoring Consumption Switzerland»² hat das Konsumverhalten nach dem Lockdown untersucht: Das Zahlungsvolumen mit Kreditkarten lag im Juni 2020 ganze 16% höher als im Erhebungszeitraum Januar bis März 2020.

Mit über einer Million ausgegebener Kreditkarten zählen wir heute zu den führenden Kartenanbieterinnen in der Schweiz.

Diese Tendenz widerspiegelt sich im stetigen Wachstum unseres Kreditkartengeschäfts. Seit dem Markteintritt im Jahr 2006 erreichte Cembra innert 14 Jahren einen Marktanteil von 13%; mit über einer Million ausgegebener Kreditkarten zählen wir heute zu den führenden Kartenanbieterinnen in der Schweiz. Dank zahlreichen Partnerschaften sowie der eigenen Cembra-Kreditkarte wickelten wir im Jahr 2020 80.9 Millionen Kreditkartentransaktionen ab.

Dynamisches Wachstum

Seit 2013, dem Jahr des IPO, erhöhte sich unsere Kundenbasis um 65%. Im Fokus unserer Wachstumsstrategie stehen neue Partnerschaften. Durch die langjährige Zusammenarbeit mit Partnern wie Migros Cumulus, TCS,

¹ Studie der ZHAW und der Universität St. Gallen (<https://swisspaymentmonitor.ch>)
² Projekt der Universitäten St. Gallen und Lausanne (<https://monitoringconsumption.com>)

+214%



Zunahme der Kreditkarten-
transaktionen 2013–2020

+61%



Wachstum der Forderungen
2013–2020

+65%



Kundenzuwachs
2013–2020

LIPO, Conforama, Fnac sowie der neuesten Partnerschaft mit IKEA können wir unsere Position auf dem Schweizer Kreditkartenmarkt weiter stärken.

Darüber hinaus erfolgte eine dynamische Erweiterung des Portfolios durch Übernahmen. Die Akquisitionen von EFL Autoleasing und Swissbilling im Jahr 2017 und cashgate im Jahr 2019 dienten dazu, dank Synergien zu wachsen, neue Geschäftsbereiche einzuführen und die Kundenbasis zu erweitern.

Dynamische Bedienung der Kundenbedürfnisse

Cembra setzt alles daran, zeitnah auf veränderte Kundenbedürfnisse einzugehen. Sei es bei der Finanzierung von Elektromobilität, der Zahlung auf Rechnung oder der Kreditvergabe speziell für KMU – wir sind gewappnet, den Markt zu bedienen. Auch bei Innovationen und der Implementierung neuer Lösungen wie Mobile Payment oder der Zahlung mit «Wearables» halten wir Schritt mit Markttrends und Kundenwünschen. Darüber hinaus investieren wir massgeblich in die digitale Interaktion mit unseren Kunden. Mit automatischem Onboarding und optimierten Self-Service-Funktionen gestalten wir die Kommunikation für beide Seiten noch effizienter.

Das kontinuierliche Wachstum unseres Kundenstamms gibt unserer dynamischen Herangehensweise recht: Über eine Million Kunden sind es inzwischen. Sie sind der beste Beweis dafür, dass Cembra ihre Bedürfnisse zu antizipieren versteht.



P

PARTNERSCHAFTLICH

**Wir legen Wert auf langfristige Partnerschaften.
Damit schaffen wir Mehrwert
für unsere Kunden und für unsere Partner.**



Gemeinsam erfolgreich

Starke Partnerschaften, die dasselbe Ziel verfolgen: Kundinnen und Kunden optimale Finanzierungslösungen und den bestmöglichen Service anzubieten. Zusammen mit unseren langjährigen und unseren neuen Partnern schreiben wir Erfolgsgeschichten. Die Basis dafür ist eine partnerschaftliche Einstellung.



Warum passen IKEA und Cembra zusammen?

Wir wollen unseren Kunden nebst einer attraktiven Kundenkarte auch verschiedene Zahlungsoptionen anbieten, die sie je nach Bedürfnis nutzen können. Mit Cembra haben wir eine Partnerin an der Seite, die eine integrierte Einzelhandelslösung anbieten kann.

Jessica Anderen,
CEO IKEA Schweiz

credaris

Wie würden Sie die Partnerschaft mit Cembra beschreiben?

Credaris ist der Kreditspezialist von comparis.ch. Unseren Kunden tagtäglich das beste Angebot zu unterbreiten, ist unser oberstes Ziel. Als grösster Privatkreditvermittler können wir auf langjährige Erfahrung mit zahlreichen Partnern zurückgreifen. Cembra zeichnet sich durch ihren hohen Qualitätsanspruch sowie eine service- und kundenzentrierte Haltung aus. Wir schätzen die stets lösungsorientierte Zusammenarbeit sehr.

Marc Hallauer,
CEO Credaris





CUMULUS

Was ist der Grund für die nunmehr 14-jährige Partnerschaft von Migros Cumulus und Cembra?

Seit der Lancierung der Cumulus-Mastercard ist Cembra unsere verlässliche Partnerbank. Wir schätzen die unkomplizierte Zusammenarbeit, den Ideenaustausch und die Bereitschaft, Neues auszuprobieren. Dank der engen Kooperation können wir unseren gemeinsamen Kunden eine der beliebtesten Kreditkarten auf dem Schweizer Markt bieten. 2020 zeigte unsere jährliche Kundenbefragung erneut, dass die Cumulus-Mastercard eines der beliebtesten Angebote des Cumulus-Programms ist und somit für uns ein erfolgreiches Kundenbindungsinstrument darstellt.

Ingmar Deibl,
Leiter Cumulus bei Migros

H HONDA

Wie stellt Cembra die partnerschaftliche Zusammenarbeit unter Beweis?



Unsere Geschäftsbeziehung mit Cembra war für uns immer eine positive Partnerschaft. Bei Honda liegt unser Fokus auf der Managementphilosophie «Gemba», was bedeutet, die Marktrealität und -aktivitäten zu erfassen. Wir sind froh, mit einer Partnerin zusammenzuarbeiten, die diesen Ansatz versteht und umsetzt. Die Cembra-Teams konzentrieren sich immer darauf, wie wir unsere Händler bestmöglich unterstützen können, und stellen sicher, dass jeder einzelne Verkäufer alle Vorteile unseres Angebots versteht. Deshalb ist Cembra für uns eine wertvolle Partnerin, auch für die Zukunft.

Matthieu Naegelen,
Branch Vice President,
Honda Motor Europe Ltd.



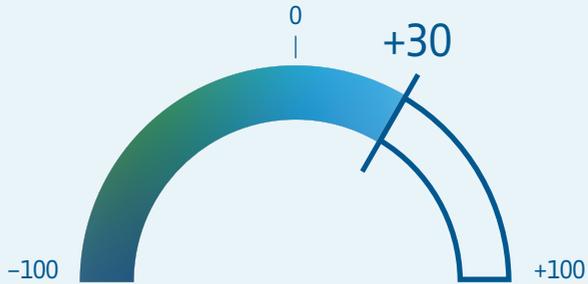


N

NACHHALTIG

Wir verpflichten uns zu nachhaltigem
und verantwortlichem Handeln.
Durch konkrete Massnahmen fördern wir eine
Kultur der Unternehmensverantwortung.

Die nachhaltige Entwicklung von Cembra ist eine unserer wichtigsten Prioritäten. Unser Ziel ist, einen aktiven Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft zu leisten. Im Geschäftsjahr 2020 konnten wir einige wichtige Fortschritte erzielen, und wir haben weitere Massnahmen eingeleitet.



Hohe Kundenzufriedenheit

2020 betrug der gewichtete «Net Promoter Score»-Gesamtwert von Cembra +30 auf einer Skala von -100 bis +100.

Verantwortungsvolle Vergabe von Krediten

Cembra handelt nicht nur nach den geltenden strengen gesetzlichen Vorgaben, sondern ergreift zusätzliche präventive Massnahmen, sowohl im Interesse der Kunden als auch des Unternehmens.

Kreditrisiko

Die Qualität unseres Kreditportfolios ist gleichbleibend hoch. In den letzten fünf Jahren beliefen sich unsere Rückstellungen jährlich auf etwa 1% der Forderungen gegenüber Kunden.

Umweltverantwortung



Im Zeitraum 2017 bis 2019 konnten wir unsere Scope 1+2-Emissionsintensität (CO₂/Vollzeitäquivalente) erfolgreich reduzieren. Dieser Trend setzte sich im Jahr 2020 fort, auch aufgrund der Einschränkungen wegen Covid-19.

5 Platz

Great Place to Work

Wir messen alle zwei Jahre die Zufriedenheit und das Engagement unserer Mitarbeitenden. Die Umfrage 2020 mit einer Teilnahmequote von 72% ergab einen Vertrauensindex von 71% (2018: 69%). Cembra wird 2021 deshalb erneut als Great Place to Work zertifiziert werden. 2019 hatte Cembra den fünften Platz unter den Great Places to Work in Switzerland 2019 belegt.

We Pay Fair

Cembras Löhne entsprechen dem Grundsatz «gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit». Diese Zertifizierung erhielten wir vom Kompetenzzentrum für Diversity & Inclusion der Universität St. Gallen.



Elektromobilität

Cembra ist eines der führenden Unternehmen für die Finanzierung von Elektromobilität in der Schweiz; wir bieten solche Finanzierungen zu sehr günstigen Konditionen.



Vielfalt

Die Internationalität und der kulturelle Hintergrund der Mitarbeitenden werden als Teil der Vielfalt bei Cembra betrachtet. Wir schätzen und fördern Vielfalt in Bezug auf Geschlecht, Alter, Nationalität und kulturellen Hintergrund. Cembra beschäftigt Mitarbeitende aus 39 Nationen.

Transparenz

In den letzten Jahren haben wir unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung deutlich ausgebaut, und wir sind in regelmässigem Kontakt mit unseren Anspruchsgruppen.



E

ENGAGIERT

Unsere Mitarbeitenden machen den Unterschied. Engagement, Verantwortung und Kundenfokus sind Werte, die bei uns gelebt werden.



Cembras grösstes Kapital: die Mitarbeitenden **Mitarbeitervielfalt und -entwicklung sind Kernelemente der Unternehmenskultur von Cembra.** **Head of Human Resources Annekathrin Krügel-Falkenberg sorgt zusammen mit ihrem Team dafür, dass Mitarbeitende einen inspirierenden und kollegialen Arbeitsplatz haben, wo Vertrauen und Teamgeist im Zentrum stehen.**

Cembra erhielt 2020 zum zweiten Mal die Auszeichnung Great Place to Work.

Was ist Cembras Stärke als Arbeitgeberin?

Unsere Stärken sind der Zusammenhalt, die Zusammenarbeit untereinander und unsere familiäre Atmosphäre – das zeigen die Ergebnisse unserer Mitarbeitendenumfrage. Eine gute Arbeitgeberin zu sein, ist uns enorm wichtig. Wir hören zu und wollen uns kontinuierlich verbessern. Seit 2019 haben wir unter dem Motto «Trust and Team» verschiedene Massnahmen umgesetzt, die eine Kultur des Vertrauens und der Teamarbeit fördern. Wir legen sehr viel Wert auf Vielfalt, flexible Arbeitsmodelle und eine rege Feedbackkultur.

Wie engagiert sich Cembra für ihre Mitarbeitenden?

Wir investieren viel in die Entwicklung unserer Mitarbeitenden. Nachwuchstalente werden im Rahmen unseres «Radix»-Programms gefördert. Zudem bieten wir einen vielfältigen Trainingskatalog sowie grosszügige Unterstützung bei externer Ausbildung für alle unsere Mitarbeitenden. Mit Initiativen wie «Vitality», «Connect» und «Volunteers» engagieren wir uns für ihre physische und psychische Gesundheit, fördern Netzwerke

und unterstützen soziales Engagement, das über ihre Arbeitstätigkeit hinausgeht. Wir setzen uns dafür ein, dass unsere Mitarbeitenden einen sicheren Arbeitsplatz haben, an dem sie vertrauensvoll zusammenarbeiten können. Gerade in der Corona-Krise war uns das sehr wichtig.

Weshalb ist die Unterstützung der Mitarbeitenden so wichtig?

Unsere Mitarbeitenden sind der Schlüssel zu unserem Erfolg. Cembra wächst mit ihnen und durch sie – deshalb liegt es uns am Herzen, sie in ihrer Entwicklung zu unterstützen und zu motivieren. Kundenfokus ist einer unserer Werte: Wenn wir intern ein funktionierendes und leistungsfähiges Unternehmen sind, spüren das auch unsere Kunden. So entstehen gegenseitiges Vertrauen und eine gute Zusammenarbeit.

**«Wir legen sehr viel
Wert auf Vielfalt, flexible
Arbeitsmodelle und eine
rege Feedbackkultur.»**

Annekathrin Krügel-Falkenberg,
Head of Human Resources



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.



2020 hat Cembra konkrete Schritte unternommen, um ein nachhaltiges und verantwortungsbewusstes Verhalten zu fördern. Ausserdem setzte die Bank einen neuen Nachhaltigkeitsausschuss ein, um weitere Verbesserungen einzuleiten.

Verantwortungsvolle Finanzierung

Trotz des Ausbruchs der Covid-19-Pandemie und des daraus resultierenden wirtschaftlichen Abschwungs konnten wir dank unserem langfristigen Risikomanagement-Ansatz sicherstellen, dass unsere Wertberichtigungen insgesamt robust blieben. Wir haben bisher keine erheblich höhere Zahl von Kunden in finanziellen Schwierigkeiten verzeichnet. Cembra hat zudem bestehende Kunden unterstützt, wenn ihre Fähigkeit, vertragliche Rückzahlungsverpflichtungen einzuhalten, durch die Pandemie eingeschränkt wurde.

Geschäftsintegrität

Im April 2020 haben wir unseren Verhaltenskodex aktualisiert. Die überarbeitete Version umfasst weitere Verbesserungen in Bezug auf die persönliche Integrität unserer Mitarbeitenden und unsere Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt. Im September 2020 trat Cembra dem United Nations Global Compact bei. Wir haben uns verpflichtet, deren zehn Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung zu unterstützen.

Finanzierung der Elektromobilität

Cembra ist eines der führenden Unternehmen für die Finanzierung der Elektromobilität in der Schweiz. Wir bieten Kredite und Finanzierungsleasing für Elektrofahrzeuge zu sehr günstigen Konditionen, mit einem wachsenden Anteil von finanzierten Elektrofahrzeugen. Wir verfolgen die Strategie, diesen Geschäftszweig entsprechend der Marktentwicklung weiter auszubauen.

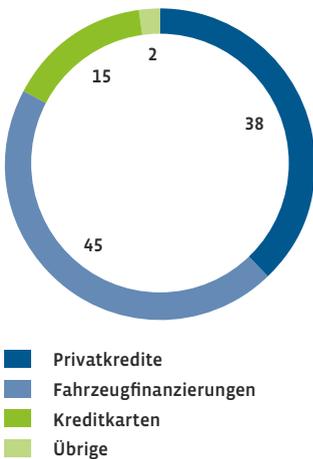
Verbesserte externe Bewertungen

Im Jahr 2020 haben sich die Nachhaltigkeitsratings von Cembra durch führende ESG-Ratingagenturen weiter deutlich verbessert. Zudem wurde Cembra – als eines von acht Unternehmen mit Sitz in der Schweiz – erstmals in den Bloomberg Gender Equality Index für das Jahr 2021 aufgenommen. Diese Bewertung umfasst geschlechtsspezifische Kriterien wie Frauen in Führungspositionen, Lohngleichheit, integrative Kultur und Transparenz bei der Offenlegung.

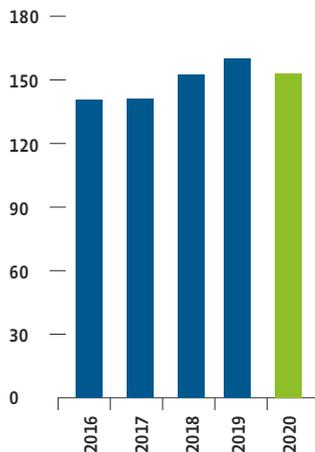
Mit mehr als einer Million Kunden und als führende Anbieterin von Finanzierungslösungen und -dienstleistungen in der Schweiz sehen wir es als unsere Pflicht, unsere Nachhaltigkeitperformance weiter zu verbessern.

2020 erreichte Cembra ein robustes Geschäftsergebnis angesichts der Covid-19-Pandemie. Unser Geschäftsmodell erwies sich als widerstandsfähig, und unser umsichtiger Ansatz im Risikomanagement zahlte sich aus.

Nettoforderungen gegenüber Kunden in %



Reingewinn in CHF Millionen



Marktanteil unserer Produkte

In einem wettbewerbsintensiven Umfeld hatte die Gruppe einen geschätzten Marktanteil von rund 43% der ausstehenden Konsumentenkredite. Die Gruppe schätzt den Marktanteil für Fahrzeugleasing im Jahr 2020 auf 21% des ausstehenden Leasingvolumens. Die Anzahl ausgegebener Kreditkarten stieg um 5% auf rund 1'030'000 im Vergleich zu 2019. Der Marktanteil der Gruppe, gemessen an der Anzahl ausgegebener Karten, belief sich auf 13%.

Geschäftsentwicklung

Am 28. Februar 2020 führte Cembra Business, eine Geschäftssparte von Cembra, ein neues Online-Finanzierungsprodukt für KMU in den Markt ein. Die Geschäftskredite sind auf die Bedürfnisse von kleinen Unternehmen in der Schweiz zugeschnitten und können online oder über ausgewählte Partner beantragt werden.

Am 3. März 2020 kündigten wir an, dass wir unsere Kreditkarten mit Apple Pay erweitern und damit unser Angebot an mobilen Zahlungslösungen weiter ausbauen.

Am 19. Oktober 2020 unterzeichneten wir einen Kooperationsvertrag mit IKEA Schweiz zur Einführung von Kreditkarten und anderen Finanzierungsprodukten. Die neue Partnerschaft ermöglicht es uns, unsere Position im Kreditkartengeschäft weiter auszubauen. Im Rahmen der Partnerschaft wird Swissbilling, eine Tochtergesellschaft von Cembra, ihre Rechnungsfinanzierungslösung anbieten, sowohl online als auch vor Ort.

Am 22. Oktober 2020 gab Cembra bekannt, dass Robert Oudmayer nach mehr als elf erfolgreichen Jahren als CEO im Laufe des Jahres 2021 zurücktreten wird. Zudem gab die Bank am 22. Oktober 2020 und am 20. Januar 2021 bekannt, dass sich Prof. Dr. Peter Athanas und Katrina Machin an der Generalversammlung 2021 nicht mehr zur Wiederwahl stellen. Der Verwaltungsrat wird Susanne Klöss-Braekler und Martin Blessing an der Generalversammlung 2021 zur Wahl als neue Mitglieder des Verwaltungsrats vorschlagen.

Im Jahr 2020 setzten mehrere führende ESG-Ratingagenturen ihre Bewertungen aufgrund der soliden Nachhaltigkeitsleistung von Cembra herauf. Cembra wurde auch in den SXI Switzerland Sustainability 25 Index und den Bloomberg Gender Equality Index 2021 aufgenommen und erhielt eine «We Pay Fair»-Anerkennung auf Basis der gesetzlichen Vorgaben in der Schweiz.

Im Januar 2021 gab Cembra bekannt, dass Holger Laubenthal ab 1. März 2021 die Nachfolge von Robert Oudmayer als neuer CEO von Cembra antreten wird.





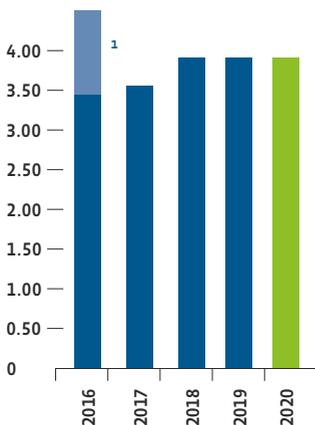
Die Cembra-Geschäftsleitung (von links):

Volker Gloe (Chief Risk Officer), Dr. Emanuel Hofacker (General Counsel), Daniel Frei (Managing Director BzC), Robert Oudmayer (Chief Executive Officer bis 28. Februar 2021), Pascal Perritaz (Chief Financial Officer), Niklaus Mannhart (Chief Operating Officer), Jörg Fohringer (Managing Director B2B).

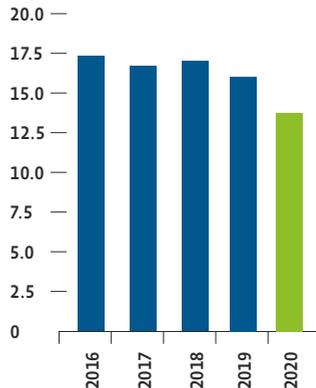
2020 wies Cembra ein robustes Jahresergebnis aus. Der Nettoertrag wuchs um 4%, der Zinsertrag erhöhte sich um 13%, was hauptsächlich auf die Übernahme von cashgate zurückzuführen ist. Diese Zunahme steht einem teilweisen Rückgang der Kommissions- und Gebühreneinnahmen um 17% aufgrund des Covid-19-Lockdowns gegenüber. Die Verlustquote blieb trotz dem herausfordernden Umfeld mit 0.9% stabil. Dies führte für das Jahr 2020 zu einem um 4% tieferen Reingewinn von CHF 152.9 Millionen beziehungsweise CHF 5.21 pro Aktie. Die Eigenkapitalrendite lag bei 13.8% und die Tier 1-Kapitalquote bei 17.7%. Der Generalversammlung wird eine Dividende pro Aktie von CHF 3.75 vorgeschlagen.

Dividende pro Aktie in CHF

¹ Ausserordentliche Dividende



Eigenkapitalrendite (ROE) in %



Robuste Geschäftsentwicklung

Die gesamten Nettoforderungen gegenüber Kunden per 31. Dezember 2020 beliefen sich auf CHF 6.3 Milliarden. Der Rückgang von 4% seit Ende 2019 ist weitgehend auf die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie in der Schweiz zurückzuführen.

Im Privatkreditgeschäft gingen die Forderungen um 8% auf CHF 2.4 Milliarden zurück, auch wegen der Marktentwicklung. Aufgrund der Übernahme von cashgate in der zweiten Jahreshälfte 2019 erhöhte sich der Zinsertrag um 10% auf CHF 190.7 Millionen, bei einer stabilen Rendite von 7.4%.

Die Nettoforderungen gegenüber Kunden im Bereich Fahrzeugfinanzierungen erholten sich in der zweiten Jahreshälfte und lagen am Ende des Jahres 2% tiefer als im Vorjahr, bei CHF 2.9 Milliarden. Der Zinsertrag erhöhte sich um 17% auf CHF 129.4 Millionen, mit einer stabilen Marge von 4.5%.

Im Kreditkartengeschäft nahmen die Nettoforderungen um 6% auf CHF 1.0 Milliarden ab, dies als Folge der Covid-19-Einschränkungen im zweiten Quartal und in den letzten Wochen des Jahres 2020. Der Zinsertrag im Kreditkartengeschäft erhöhte sich um 5% auf CHF 83.6 Millionen bei einer Rendite von 8.3%. Die Anzahl herausgegebener Karten nahm weiter zu, im Jahresvergleich um 5% auf 1'030'000 Karten.

Umsatzsteigerung

Gesamthaft erhöhte sich der Nettoertrag um 4% auf CHF 497.2 Millionen. Der Zinsertrag stieg hauptsächlich infolge der Übernahme von cashgate um 13%. Der Zinsaufwand reduzierte sich um 3% auf CHF 26.9 Millionen.

Solide Verlustquote

Die Wertberichtigungen für Verluste erhöhten sich um CHF 11.3 Millionen oder 25% auf CHF 56.4 Millionen, hauptsächlich aufgrund des durch die Übernahme grösseren Forderungsbestands. Die Verlustquote blieb trotz den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie mit 0.9% stabil.

Operative Fortschritte

Im Jahr 2020 schloss Cembra die operative Integration von cashgate in elf Monaten ab. Der Rechnungsfinanzierer Swissbilling konnte die Nettoforderungen von CHF 62 Millionen mehr als verdreifachen. Cembra beschleunigte die digitale Transformation durch den Ausbau des Online-Privatkreditgeschäfts und der weiteren Konsolidierung des Netzwerks der Geschäftsstellen. Die neue Partnerschaft mit IKEA Schweiz verläuft plangemäss, und die Lancierung der neuen Kreditkarte ist für den März 2021 vorgesehen.

Ausblick

Unter der Annahme einer wirtschaftlichen Erholung im Jahr 2021 erwartet Cembra für das Gesamtjahr derzeit eine stabile Geschäftsentwicklung und im Zuge der wirtschaftlichen Entwicklung eine Erholung der Umsätze. Für 2021 erwartet Cembra eine solide Verlustquote und bestätigt ihre mittelfristig gesetzten Ziele.

Erfolgsrechnung

| <i>(in CHF Millionen)</i> | 2020 | 2019 | in % |
|---|---------------|---------------|-----------|
| Zinsertrag | 401.8 | 359.8 | 12 |
| Zinsaufwand | -26.9 | -27.8 | -3 |
| Zinserfolg | 375.0 | 332.0 | 13 |
| Ertrag aus Kommissionen und Gebühren | 122.3 | 147.7 | -17 |
| Nettoertrag | 497.2 | 479.7 | 4 |
| Wertberichtigung für Verluste | -56.4 | -45.1 | 25 |
| Personalaufwand | -129.5 | -120.5 | 8 |
| Sachaufwand | -117.9 | -111.3 | 6 |
| Total Geschäftsaufwand | -247.4 | -231.8 | 7 |
| Ergebnis vor Steuern | 193.4 | 202.9 | -5 |
| Ertragssteueraufwand | -40.5 | -43.7 | -7 |
| Reingewinn | 152.9 | 159.2 | -4 |
| Unverwässertes Ergebnis pro Aktie (in CHF) | 5.21 | 5.53 | -6 |

Bilanz

(per 31. Dezember, in Millionen CHF)

| | 2020 | 2019 | in % |
|--|--------------|-------|------|
| Aktiven | | | |
| Flüssige Mittel und Forderungen gegenüber Banken | 599 | 543 | 10 |
| Nettoforderungen | 6'293 | 6'586 | -4 |
| Sonstige Aktiven | 353 | 357 | -1 |
| Total Aktiven | 7'244 | 7'485 | -3 |
| Passiven | | | |
| Kundeneinlagen | 3'275 | 3'495 | -6 |
| Kurz- und langfristige Verbindlichkeiten | 2'565 | 2'639 | -3 |
| Sonstige Passiven | 278 | 260 | 6 |
| Total Passiven | 6'177 | 6'395 | -4 |
| Aktienkapital | 30 | 30 | 0 |
| Kapitalreserven | 259 | 259 | 0 |
| Eigene Aktien | -36 | -35 | 5 |
| Bilanzgewinn | 902 | 860 | 2 |
| Kumulierte erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderung | -29 | -23 | 22 |
| Total Eigenkapital | 1'127 | 1'091 | 3 |
| Total Passiven | 7'244 | 7'485 | -3 |

Kontakt

Investor Relations

E-Mail: investor.relations@cembra.ch

www.cembra.ch/investors

Media Relations

E-Mail: media@cembra.ch

Cembra Money Bank AG

Bändliweg 20

8048 Zürich

Schweiz

www.cembra.ch

Konzept und Design: Linkgroup AG, Zürich | **Druck:** Printlink AG, Zürich

Bilder und Illustrationen: Severin Jakob S. 4/14/31; Westend61 S. 12–13/16–17/20–21/28–29;
Sarah von Blumenthal S. 22–23; iStock S. 24–25; Gian Marco Castelberg S. 36–37