



Inhaltsverzeichnis

3

Fakten

4

Kennzahlen

5

CEO-Interview

7

Unsere Erfolge

12

Nachhaltigkeit

14

Entwicklungen

16

Finanzüberblick

18

Management

19

Über Cembra

Titelbild: Ioana Corodan, eine von Cembras über 850 Mitarbeitenden. Siehe Interview auf Seite 9.

Dieser Kurzbericht erscheint in deutscher und englischer Sprache. Der Online-Bericht und der vollständige Geschäftsbericht 2024 sind verfügbar unter: reports.cembra.ch
Cembra Money Bank AG, Bändliweg 20, 8048 Zürich, Schweiz: cembra.ch

Fakten



4.25

Dividende pro Aktie



17.9%

Tier 1-Kapitalquote

CHF

2'460'000'000

betrug die Marktkapitalisierung von Cembra am Jahresende 2024



13.4%

Eigenkapitalrendite



1'031'000

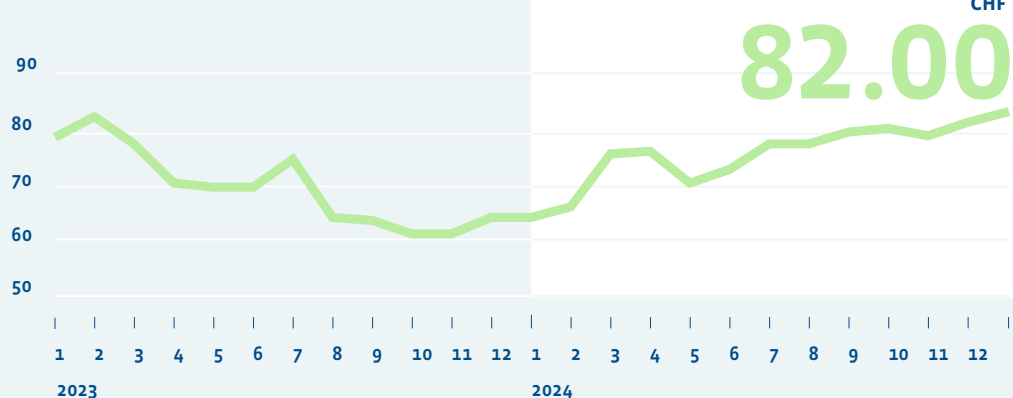
von Cembra
herausgegebene Kreditkarten



3'200

Autohändler in der Schweiz
werden durch unsere
22 Aussendienstmitarbeitenden betreut

Aktienkurs
in CHF



>2'000'000

Kundinnen und Kunden betreuen
wir in unseren Geschäftsbereichen
Lending und Payments



>850

Mitarbeitende aus rund 40 Ländern
arbeiten für Cembra

Kennzahlen

In Millionen CHF	2024	2023	2022	2021	2020
Nettoertrag	550.5	515.7	508.9	487	497.2
Wertberichtigungen für Verluste	-74.2	-56.9	-40.9	-40.3	-56.4
Total Geschäftsaufwand	-264.5	-262.6	-257.5	-246.3	-247.4
Reingewinn	170.4	158.0	169.3	161.5	152.9
Bilanzsumme	7'949	8'088	7'624	7'095	7'244
Nettoforderungen gegenüber Kunden	6'625	6'687	6'520	6'207	6'293
Privatkredite	2'273	2'370	2'387	2'292	2'408
Fahrzeugfinanzierungen	3'182	3'147	2'975	2'820	2'853
Kreditkarten	1'011	1'028	1'045	1'030	970
BNPL	159	141	114	65	62
Eigenkapital	1'285	1'250	1'274	1'200	1'127
Aufwand-Ertrags-Verhältnis (in %)	48.1	50.9	50.6	50.6	49.8
Eigenkapitalrendite (ROE in %)	13.4	12.5	13.7	13.9	13.8
Tier 1-Kapitalquote (in %)	17.9	17.2	17.8	18.9	17.7
Vollzeitstellen	812	902	929	916	928
Kreditrating (S&P)	A-	A-	A-	A-	A-
Unverwässertes Ergebnis pro Aktie (in CHF)	5.81	5.39	5.77	5.50	5.21
Dividende pro Aktie (in CHF)	4.25	4.00	3.95	3.85	3.75
Aktienkurs (in CHF)	82.00	65.60	76.90	66.45	107.20
Marktkapitalisierung	2'460	1'961	2'307	1'993	3'216

Für das Geschäftsjahr 2024 erzielte Cembra eine starke finanzielle Leistung dank konsequenter Strategiemsetzung und verbesserter Nettozinsmarge.



«2024 war ein wichtiges Jahr in unserer Transformation mit starken Ergebnissen.»

Holger Laubenthal, CEO

CEO- Einblicke

CEO Holger Laubenthal spricht über die strategische Neuausrichtung der Bank und über die Erfolge sowie die Herausforderungen des Jahres 2024. Lesen Sie, wie Cembra sich für den weiteren Erfolg im Jahr 2025 und darüber hinaus positioniert.

Wo steht Cembra bei ihrer strategischen Transformation?

Ende 2021 haben wir unsere Strategie «Reimagine Cembra» lanciert. Unser Ziel war es, die Abläufe zu vereinfachen, digitaler zu werden und unseren Automatisierungsgrad zu erhöhen, näher an unseren Kundinnen und Kunden zu sein sowie ihnen intuitive Dienstleistungen und Produkte anzubieten, die ihren individuellen Bedürfnissen entsprechen. Jetzt, im letzten Drittel unserer Transformation, blicken wir auf ein dynamisches Jahr 2024 zurück. Wir haben in allen Bereichen erhebliche Fortschritte erzielt, sind effizienter geworden und haben die Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe verbessert. Dies spiegelt sich auch in unserer erneuten Zertifizierung als Great Place to Work wider, eine Anerkennung, die in einem Jahr bedeutender Veränderungen für unsere Organisation besonders wichtig ist.

Welche Erfolge konnte Cembra 2024 erzielen?

2024 war ein wichtiges Jahr in unserer Transformation, mit starken Ergebnissen. Wir haben entscheidende Programme und Projekte umgesetzt, darunter die erfolgreiche Einführung der neuen IT-Plattform für das Leasinggeschäft, mit der wir die Beziehungen zu unseren Partnern gestärkt, den Kundennutzen verbessert und die Effizienz erhöht haben. Unser Kreditkartenangebot hat sich gut entwickelt und wurde durch zusätzliche Dienstleistungen wie Versicherungsprodukte erweitert. Wir haben die Cembra App weiterentwickelt und um zusätzliche Selbstbedienungsfunktionen ergänzt. Unser modernisiertes digitales Sparangebot wurde vom Markt gut aufgenommen, und wir haben die TWINT-Funktion «Später bezahlen» vollständig für alle Partnerbanken eingeführt.

Wie sorgen Sie für ein optimales Kundenerlebnis?

Wir haben das Privileg, mehr als 2 Millionen Kundinnen und Kunden in der Schweiz zu bedienen. Damit übernehmen wir auch Verantwortung. Wir sind bestrebt, für unsere Kundinnen und Kunden einen kontinuierlichen Mehrwert zu schaffen, indem wir uns auf das Kundenerlebnis und die integrierte Finanzierung konzentrieren. Wir wollen mit Zahlungs-, Finanzierungs- und Sparlösungen am Verkaufspunkt präsent sein, und wir investieren stark in die Verbesserung des digitalen Erlebnisses, insbesondere durch unsere App. Ausserdem prüfen wir Möglichkeiten, mittels künstlicher Intelligenz die Abläufe und den Kundenservice weiter zu optimieren. Wir sind seit über 100 Jahren auf dem Markt und haben uns zu verantwortungsvollen Geschäftspraktiken verpflichtet und messen unseren Erfolg anhand von Kundenfeedback und niedrigen Verlustquoten.

Worin sehen Sie die Stärken von Cembra?

Cembra ist eine feste Grösse im Schweizer Markt für Finanzierungs- und Zahlungslösungen, mit erfahrenen Aussendienstmitarbeitenden und langjährigen Beziehungen zu Partnern und Kundschaft. Dies ist eine wichtige Stärke und ein Unterscheidungsmerkmal. Wir gehen beim Risikomanagement, der Kreditvergabe und der Preisgestaltung gewissenhaft vor. Wir heben uns ab durch die Pflege unserer Unternehmenskultur und unser Engagement für Vielfalt und Kooperation. In diesen Bereichen unternehmen wir grosse Anstrengungen und arbeiten effizient zusammen.

Wie hat Cembra die Herausforderungen des Geschäftsjahres gemeistert?

Wir bewegen uns in einem dynamischen Umfeld, insbesondere angesichts der schwankenden Zinssätze in den letzten zwei Jahren. Wir haben in dieser Phase gute Nettozinsmargen erwirtschaftet und werden dies auch weiterhin tun. Wir beobachten den Markt zudem sehr genau. Wir wollen die beste Partnerin und Anbieterin von Finanzierungs- und Zahlungslösungen sein.

Dabei konzentrieren wir uns auf unsere Stärken. Unser Team hat eine starke Erfolgsbilanz, selbst in herausfordernden Zeiten wie im letzten Jahr.

Was sind Ihre Ziele und Prioritäten für 2025?

Wir treten nun in die letzte Phase unseres Strategiezyklus ein, und in erster Linie werden wir uns weiterhin auf die Erzielung von Ergebnissen konzentrieren und auf der Dynamik des letzten Jahres aufbauen. Wir sind auf dem besten Weg, die finanziellen Ziele für 2026 zu erreichen und eine attraktive Investition für unsere Aktionärinnen und Aktionäre zu bleiben. Wir setzen uns auch dafür ein, eine dynamische und kollaborative Arbeitsplatzkultur zu fördern, die unsere Teams stärkt, und wir streben danach, unseren Partnern, Kundinnen und Kunden die besten Dienstleistungen zu bieten.



«Wir haben unsere Abläufe vereinfacht, sind digitaler und näher an unseren Kundinnen und Kunden.»

Holger Laubenthal, CEO

Unsere Werte – unsere Erfolge

Seit der Einführung unserer Strategie «Reimagine Cembra» für die Jahre 2022–2026 haben wir wichtige Fortschritte bei der Erreichung unserer Ziele gemacht. Unsere Werte bilden die Basis für unseren Erfolg. Sie sind nicht nur unsere Leitprinzipien, die unsere täglichen Entscheidungen und unser Handeln beeinflussen, sondern auch der Antrieb, mit dem wir jeden Tag die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt stellen. Indem wir bei Cembra unsere Werte leben, treiben wir die Dinge voran. Das zeigen die folgenden vier Erfolgsgeschichten aus dem Geschäftsjahr 2024.



Customer Obsession

Der Kunde steht bei allem, was ich tue, im Mittelpunkt.



Trust and Team

Ich handle mit Integrität und Sorgfalt. Ich arbeite grenzenlos gut mit anderen zusammen.



Accountability and Empowerment

Ich übernehme Verantwortung und bringe in Ordnung, was nicht funktioniert.



Change and Learning

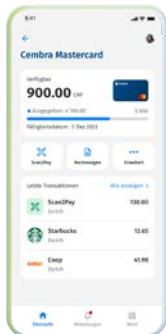
Ich treibe Wandel voran und beherrsche den Umgang mit Ungewissheiten.

Konsequenter Kundenfokus

Customer Obsession: Das Kundenverhalten verändert sich, und digitale Services werden vermehrt genutzt. Wir haben deshalb auch 2024 konsequent daran gearbeitet, das Kundenerlebnis weiter zu verbessern. Dazu gehört die stetige Weiterentwicklung der Cembra App, die für unsere Kundinnen und Kunden zum täglichen Begleiter werden soll.

Eine App für alle Produkte

Die Cembra App soll in Zukunft die zentrale und sichere Plattform für alle unsere Kundensegmente und Produkte werden. Unsere Kreditkarten sind seit Beginn auf der App. Ein wichtiger Meilenstein im März 2024 war das Onboarding der Leasingkundinnen und -kunden. Neu können sie ihre Rechnungen und Produkte in der App einsehen.



Matthias Häne
Head Digital bei Cembra

«Gemeinsam mit meinem Team entwickle ich digitale Produkte und Services, die den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden entsprechen und im Hinblick auf das Nutzererlebnis begeistern.»

Versicherungsprodukte neu in der Cembra App

Verschiedene Versicherungen, die wir im Zusammenhang mit unseren Produkten anbieten – wie Payment-Protect oder HomeProtect – sind für unsere Kundschaft neu direkt in der Cembra App verfügbar und damit bequem und einfach zugänglich.

4.6

App Store Bewertung für die Cembra App

Scan2Pay

Kreditkartenkundinnen und -kunden können QR-Rechnungen von teilnehmenden Händlern neu direkt in der Cembra App begleichen. Die mit Scan2Pay bezahlten Rechnungen werden wie übliche Kreditkartentransaktionen belastet.

Vereinfachter Aktivierungsprozess

Der App-Aktivierungsprozess wurde vollständig digitalisiert. Kundinnen und Kunden können die App auf ihrem neuen Gerät sofort und selbständig aktivieren, ohne Wartezeit.



> 10

neue App-Features im Jahr 2024

Grenzenlose Teamarbeit

Trust and Team: Bei Cembra arbeiten wir abteilungsübergreifend zusammen, um neue und innovative Produkte zu entwickeln. 2024 haben wir unser Portfolio um neue digitale Sparprodukte erweitert. Ioana Corodan führte dieses Projekt mit einem stark auf Teamarbeit ausgerichteten Ansatz zum Erfolg.

1 Ioana, wie hast du die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit organisiert?

Angesichts des engen Zeit- und Budgetrahmens haben wir bewusst ehrgeizige Ziele gesetzt, um sowohl unser Kernteam als auch die Organisation herauszufordern, die Dinge anders anzugehen. Das engagierte Kernteam war klein und nach Schlüsselfunktionen strukturiert. Diese Experten leiteten die Arbeiten in ihren Bereichen und sorgten gleichzeitig für eine effektive funktionsübergreifende Kommunikation. Von Anfang an teilten wir den Projektumfang in überschaubare, selbst organisierte Einheiten auf und konzentrierten uns auf Resultate statt auf administrative Aufgaben. Wir legten Wert auf Transparenz, kontinuierlichen Dialog und die schnelle Lösung von Problemen.

2 Wie habt ihr die neuen Sparprodukte auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt?

Als Verantwortlicher für die Finanzierungsprodukte bei Cembra spielte unser Head of Funding Sales eine zentrale Rolle in dem Projekt. So konnten wir sein umfangreiches

Fachwissen und seine langjährige Marktkenntnis nutzen. Gemeinsam mit unserem Treasurer haben wir ein Produkt entwickelt, das sowohl für unsere Kundinnen und Kunden als auch für den Markt attraktiv ist und mit unseren Anforderungen an die Bilanzierung übereinstimmt. Ich glaube fest an Lösungen, von denen alle profitieren!

3 Die neuen Sparprodukte von Cembra wurden gemeinsam mit der Hypothekbank Lenzburg entwickelt. Kannst du das näher ausführen?

Unser grundlegendes Ziel war es, ein Sparprodukt anzubieten, das intuitiv und einfach zu verwalten ist. Dazu haben wir Technologie-module der Open-Banking-Plattform Finstar verwendet, die zur Hypothekbank Lenzburg gehört. Die Bank unterstützt uns auch mit Dienstleistungen im Zahlungsverkehr und im Kundenservice. Diese Zusammenarbeit war entscheidend für unseren Erfolg. Von Anfang an haben wir als gleichberechtigte Partner zusammengearbeitet.

«Wir gingen an dieses Projekt heran, als würden wir unser eigenes kleines Unternehmen leiten.»

4 Wie hat das Projektteam die grössten Herausforderungen gemeistert?

Unsere grösste Herausforderung war die kurze Zeitspanne, verstärkt durch den begrenzten Zugang zu unterstützenden Ressourcen wie internen Analysten und Testteams. Ironischerweise

half uns diese Einschränkung, uns auf das Wesentliche zu konzentrieren – die Tools und Funktionen zu priorisieren, die wirklich wichtig sind. Alle gingen das Projekt an, als ob wir unser eigenes kleines Unternehmen führen würden. Diese Einstellung machte einen grossen Unterschied in unserer Zusammenarbeit und führte zu einem äusserst erfolgreichen Ergebnis.



Ioana Corodan
Head of Finance,
Business Unit Payments

Kontinuierliche Verbesserung

Accountability and Empowerment: Kontinuierliche Verbesserung ist Teil unserer Unternehmenskultur. Mit der erfolgreichen Umstellung des Kernbankensystems für unser Leasinggeschäft im Jahr 2024 haben wir die Basis für effizientere Prozesse, mehr Automatisierung und einen optimierten Service gelegt.

Die Anforderungen an die Anbieter im Leasinggeschäft haben sich stark gewandelt. Um flexibel auf Marktveränderungen zu reagieren und effizientere digitale Prozesse zu fördern, entschieden wir uns im Rahmen unserer Strategie, das bestehende Kernbankensystem durch eine neue Lösung zu ersetzen.

Mehrwert dank Automatisierung

Die neue IT-Plattform für das Leasinggeschäft punktet mit Automatisierung und Echtzeitprozessen: Händler können Finanzierungsanträge digital einreichen und erhalten bei kompletter Übermittlung umgehend eine Rückmeldung. Die neue Plattform erlaubt die zentrale Bearbeitung aller Prozesse im Leasing-



20–30%

schnellere Bearbeitungszeit

geschäft, was den manuellen administrativen Aufwand deutlich reduziert.

Die Resonanz der Händler fällt positiv aus. Besonders geschätzt werden die automatisierten Prozesse und die optimierte Benutzeroberfläche, die ihre tägliche Arbeit vereinfacht. Unsere Leasingkundinnen und -kunden können ihre Rechnungen neu direkt in der Cembra App abrufen und haben so jederzeit den Überblick über die Kosten. Dank der flexiblen Systemarchitektur kann Cembra zudem schneller auf Marktveränderungen reagieren und neue Leasingprodukte einfacher lancieren.

Gemeinsam besser

Die Systemumstellung war kein einfaches Unterfangen. Mit über 150 internen und externen Projektbeteiligten, inklusive des Technologiepartners, sowie einem ambitionierten Fahrplan, stand das Team vor grossem Koordinations- und Zeitdruck. Entscheidend für den Erfolg war, dass alle Beteiligten Verantwortung übernahmen, klare Entscheidungen trafen und sich gegenseitig unterstützten. Die erfolgreiche Zusammenarbeit sorgte dafür, dass Herausforderungen gemeistert und

Lösungen pragmatisch umgesetzt wurden. Dank diesem hohen Engagement konnten alle Meilensteine des Projekts erreicht und die Transformation erfolgreich abgeschlossen werden.

Die bereits sichtbaren Effizienzgewinne und die Kosteneinsparungen mit der bevorstehenden Abschaltung des alten Systems bestätigen die strategische Bedeutung des Grossprojekts.



3.2 Milliarden

Vermögenswerte auf
der neuen Plattform



Marc Schenk
Leiter Verkauf/Stv. Unternehmensleiter Alcardis
Automobile AG

«Mit der optimierten Benutzeroberfläche und den digitalen Prozessen können wir unsere Kundschaft noch schneller und effizienter bedienen.»

Begleiteter Kulturwandel

Change and Learning: Der kulturelle Wandel schreitet voran. Unsere Change Agents spielen dabei eine Schlüsselrolle – sowohl in der Kommunikation innerhalb der Teams als auch im gesamten Unternehmen. Drei von ihnen berichten über ihre Highlights 2024.



Persönliches Highlight



Vlad Mijatovic
Product Owner
Digital Payments

Ich bin im Bereich Datenwissenschaft tätig und habe das interne Training **«Data Science für Nicht-Datenwissenschaftler»** ins Leben gerufen, das auf grossen Anklang stösst. Es ist grossartig zu sehen, wie wissbegierig die Mitarbeitenden sind, und es macht Freude, Inhalte zu schaffen, die echten Mehrwert auf unserem Weg zu einer datengetriebenen Bank bieten.



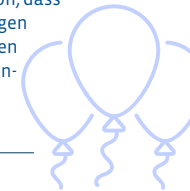
Der **Zusammenhalt** und der inspirierende Austausch unter den Change Agents und den Mitarbeitenden über alle Stufen hinweg sind für mich absolute Highlights.



Nadya Tchoubraeva
Cards Sales
Specialist

Kontinuierliches Lernen ist ein zentrales Thema – sowohl beim Konzipieren von Trainings als auch beim **stetigen persönlichen Dazulernen**. Cembra ist eine lernende Organisation, und ich bin dankbar, dass ich hier unterstützt und befähigt werde, anderen den Einstieg in Künstliche Intelligenz und Datenwissenschaften zu ermöglichen.

Ich durfte im Namen der Change Agents mit Fokus auf «Trust and Team» spannende **Events für die Mitarbeitenden** organisieren. Eine tolle Erfahrung für alle Beteiligten und immer wieder schön, dass sich die Kolleginnen und Kollegen aus dem ganzen Unternehmen auch persönlich näher kennenlernen können.



2024 war ich Teil der Projektgruppe Fit for Future, um den Kulturwandel durch Pulsbefragungen und **offenen Austausch** mit der Geschäftsleitung voranzutreiben.



Enis Sopjani
Team Leader
Customer Service

Bei der Umsetzung der neuen Strategie begleiten wir die Mitarbeitenden eng. In regelmässigen Abständen führt Cembra Pulsbefragungen rund um Zusammenarbeit, Vertrauen und die kulturelle Transformation durch. Die Umfrageauswertungen im Jahr 2024 zeigen einen klaren **Aufwärtstrend**. Unsere Arbeit zahlt sich aus.



Projekte und Initiativen



Kulturwandel bedeutet für mich ...

... offen für Neues zu sein, Fehler zu machen und aus ihnen zu lernen und ein **tolles Team** zu haben, mit dem ich Aussergewöhnliches erreichen kann.



... dass Change Agents eine **klare Richtung** vorgeben und dabei alle Mitarbeitenden motivieren, den Wandel aktiv zu leben und mitzugestalten.

... eine ständige Weiterentwicklung von Standards und Arbeitsweisen, um Raum für **innovative Ideen** und eine bessere, schnellere und effizientere Zusammenarbeit zu schaffen. Immer im Einklang mit unseren Werten.



Unsere Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit

Die Sicherung der Nachhaltigkeit bleibt ein wichtiger Teil unserer Strategie. 2024 haben wir Nachhaltigkeit und verantwortungsbewusstes Verhalten in der gesamten Organisation weiter gefördert. Unsere fünf wichtigsten Nachhaltigkeitsziele sind: Kundenorientierung, verantwortungsvolle Kreditvergabe, Mitarbeitende und deren Entwicklung, Umweltverantwortung und Geschäftsintegrität.



Umweltverantwortung

Wir nutzen Ressourcen auf nachhaltige Weise und minimieren die negativen Auswirkungen auf Umwelt und Klima kontinuierlich. Im Jahr 2024 sind unsere Scope 1- und 2-Kohlenstoffemissionen weiter um 42% gesunken, was auf den steigenden Anteil von Elektrofahrzeugen in unserer Fahrzeugflotte (2024: 82%) und auf ein kohlenstoffarmes Heizsystem in unserem Hauptsitz zurückzuführen ist.



Geschäftsintegrität

Als verantwortungsbewusste Anbieterin von Finanzierungs-lösungen gewährleisten wir eine hohe Qualität und Integrität unserer Produkte und Dienstleistungen. Wir handeln nicht nur nach den geltenden strengen gesetzlichen Vorgaben, sondern ergreifen zusätzliche präventive Massnahmen.

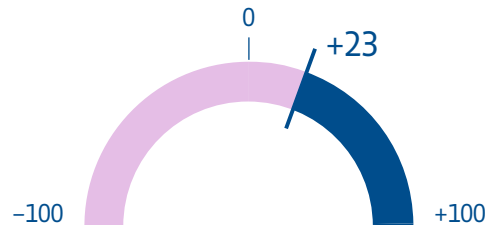


Gleicher Lohn für Männer und Frauen

2024 haben wir eine interne Analyse zur Lohngleichheit durchgeführt. Sie bestätigte, dass Cembra den Grundsatz «gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit» einhält. Auf der Grundlage der Analyse wurde Cembra mit dem «We Pay Fair»-Zertifikat des Competence Center for Diversity and Inclusion der Universität St. Gallen ausgezeichnet.

Starke ESG-Ratings

Cembra nimmt aktiv an mehreren ESG-Ratings führender ESG-Rating-Agenturen teil, um sowohl die Nachhaltigkeitsperformance des Unternehmens aufzuzeigen, als auch relevante Verbesserungsbereiche zu erkennen. Im Mai 2024 bestätigte MSCI ESG Research sein AAA-Rating für Cembra, und Sustainalytics nahm Cembra erstmals in seine Liste der «Top Industry Leaders 2025» auf.



Kundenzufriedenheit

Der Net Promoter Score (NPS) ist einer der wichtigsten Indikatoren für Kundenzufriedenheit. 2024 betrug der neue, auf fortlaufender Basis gemessene NPS-Gesamtwert von Cembra +23 auf einer Skala von -100 bis +100. Der positive Trend im Jahr 2024 unterstützt unser Ziel, durch laufende und geplante Initiativen mittelfristig einen NPS von mindestens +30 zu erreichen.



Elektromobilität

Cembra finanziert Elektromobilität. Im Jahr 2024 war der Anteil an Elektrofahrzeugen in der Schweiz leicht rückläufig. Mittel- bis langfristig erwartet Cembra, dass der Anteil der finanzierten Elektrofahrzeuge wieder steigen wird.



Engagement für die Gemeinschaft

2024 haben wir unsere langfristig ausgerichteten Aktivitäten zum gesellschaftlichen Engagement fortgesetzt. Die unternehmensweite Initiative Cembra Volunteers bietet allen Mitarbeitenden die Möglichkeit, sich ehrenamtlich zu engagieren.

Great Place to Work

Wir messen alle zwei Jahre die Zufriedenheit und das Engagement unserer Mitarbeitenden. Die Umfrage, die von 80% unserer Mitarbeitenden beantwortet wurde, ergab einen Vertrauensindex von 72% (2022: 71%). Cembra wurde daher 2024 erneut als Great Place to Work zertifiziert.



Diversität

Cembra beschäftigt Mitarbeitende aus rund 40 Nationen. Wir schätzen die Internationalität und die kulturellen Hintergründe unserer Mitarbeitenden und fördern auch die Vielfalt in Bezug auf Geschlecht und Alter.

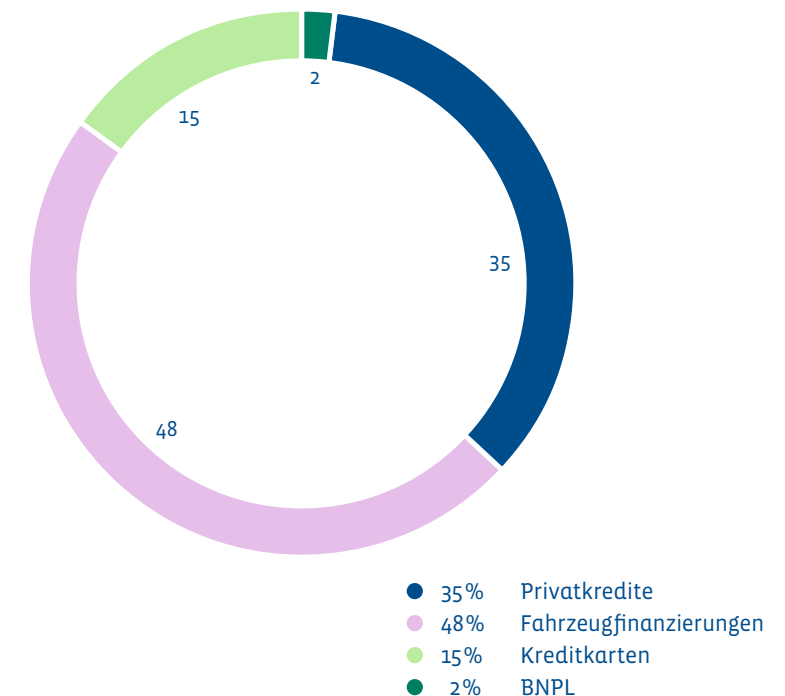
Verantwortungsvolle Kreditvergabe

Das Unternehmen handelt nicht nur nach strengen gesetzlichen Vorgaben, sondern ergreift auch zusätzliche präventive Massnahmen im Interesse der Kundinnen und Kunden sowie der Bank.

Konsequente Strategieumsetzung und verbesserte Nettozinsmarge

Die Ergebnisse von 2024 zeigen, dass wir bei unserer strategischen Transformation gute Fortschritte machen. Wir treiben die Digitalisierung unserer Produkte und Dienstleistungen voran, um den Kundennutzen zu erhöhen und unsere Produktivität zu steigern. Auf dieser Dynamik aufbauend werden wir in diesem Jahr weitere Fortschritte erzielen und sind zuversichtlich, dass wir unsere Finanzziele für 2026 erreichen werden.

Nettoforderungen in %



Marktanteil unserer Produkte

In einem wettbewerbsintensiven Umfeld hatte die Gruppe einen geschätzten Marktanteil von rund 37% der ausstehenden Konsumkredite.

Die Gruppe schätzt ihren Marktanteil im Auto-leasing auf rund 18% des gesamten ausstehen- den Leasingvolumens per Dezember 2024.

Unser Marktanteil, gemessen an der Anzahl der im Umlauf befindlichen Kreditkarten, lag 2024 bei 12%. Der Anteil der über Near Field Commu- nications (NFC) abgewickelten Transaktionen belief sich auf 16%.

Cembra schätzt, dass sie über ihre Tochter- gesellschaft CembraPay einen Marktanteil zwischen 30% und 40% an BNPL hält.

Entwicklungen

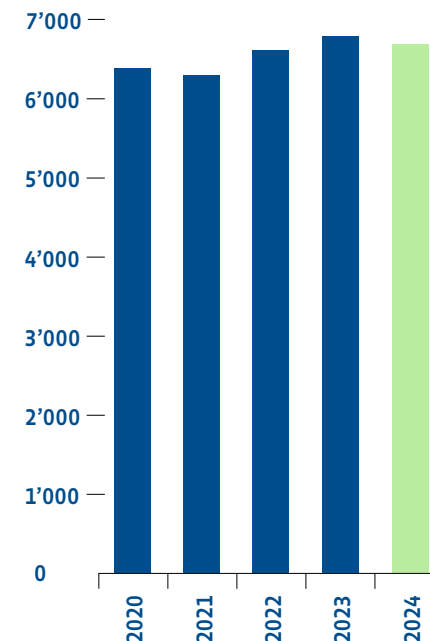
Am 1. Februar 2024 kündigte Cembra die Erweiterung ihres Produktportfolios um neue, gebührenfreie Online-Sparprodukte an, die attraktive Zinssätze bieten. Für diese digitalen Sparprodukte nutzt Cembra Technologiemo- dule der Open-Banking-Plattform Finstar, die zur Hypothekarbank Lenzburg gehört.

Am 15. März 2024 gab Cembra Änderungen in der Geschäftsleitung und im Verwaltungsrat bekannt. Im Rahmen der Umstrukturierung in zwei Geschäftsbereiche, Lending und Payments, wurde Christian Stolz, Business Unit Leader Payments, am 1. April 2024 Mitglied der Geschäftsleitung von Cembra. Sandra Babylon trat am 1. Juni 2024 als Chief Technology Officer in die Geschäftsleitung ein und folgte damit auf Christian Schmitt.

Cembra hielt ihre jährliche Generalversamm- lung am 24. April 2024 in Zürich ab. Die Aktionä- rinnen und Aktionäre stimmten allen Anträgen des Verwaltungsrats zu. Alle zur Wiederwahl vorgeschlagenen Verwaltungsratsmitglieder wurden für eine weitere einjährige Amtszeit bestätigt: Franco Morra (Präsident), Marc Berg, Thomas Buess, Susanne Klöss-Braekler und Monica Mächler. Sandra Hauser wurde als neues Mitglied des Verwaltungsrats gewählt. Jörg Behrens und Alex Finn hatten beschlossen, sich nicht zur Wiederwahl zu stellen.

In Anbetracht der Marktbedingungen, des regulatorischen Werts des Instruments und der eigenen Kapitalplanung gab Cembra am 30. August 2024 bekannt, dass sie die Option für eine vorzeitige Rückzahlung der ausstehenden Additional Tier-1-Anleihe nicht ausüben wird.

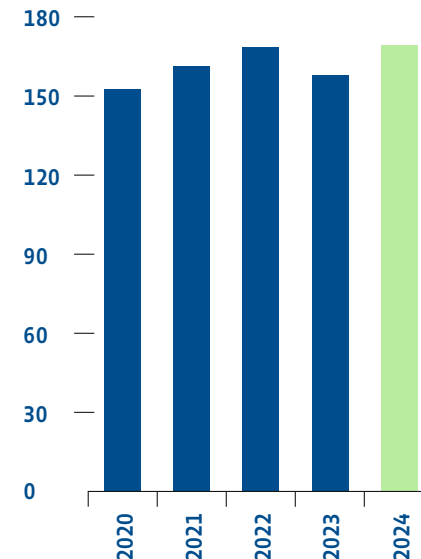
**Nettoforderungen
in Millionen CHF**



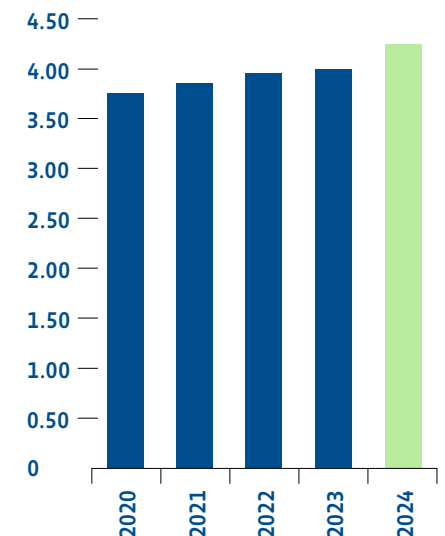
Starke finanzielle Leistung im Jahr 2024

Der Reingewinn belief sich auf CHF 170.4 Millionen oder CHF 5.81 pro Aktie, was einer Steigerung von 8% gegenüber 2023 entspricht. Die Nettoerträge stiegen um 7% auf CHF 550.5 Millionen, insbesondere weil sich die Zinsmarge infolge wirksamer Repricing-Massnahmen verbesserte. Die Nettoforderungen gegenüber Kunden gingen um 1% auf CHF 6.6 Milliarden zurück, was hauptsächlich auf den Fokus auf profitables Wachstum zurückzuführen ist. Die Verlustquote lag mit 1.1% im langfristigen Trend. Die Eigenkapitalrendite erreichte 13.4% und die Tier 1-Kapitalquote 17.9%. Der Generalversammlung wird eine erhöhte Dividende von CHF 4.25 vorgeschlagen.

Reingewinn in Millionen CHF



Dividende pro Aktie in CHF



Nettoertrag erhöht sich um 7%, Nettozinsmarge auf 5.6% verbessert

Die Nettoforderungen gegenüber Kunden beliefen sich auf CHF 6.6 Milliarden. Der Rückgang um 1% war hauptsächlich auf eine Abnahme der Forderungen im Privatkreditgeschäft um 4% auf CHF 2.3 Milliarden zurückzuführen, was mit der anhaltend selektiven Kreditvergabe und einer disziplinierten Preisgestaltung in einem schwächeren wirtschaftlichen Umfeld zusammenhängt. Die Nettoforderungen im Bereich Fahrzeugfinanzierung stiegen um 1% auf CHF 3.2 Milliarden. Im Bereich Kreditkarten reduzierten sich die Nettoforderungen um 2% auf CHF 1.0 Milliarden, und im Bereich BNPL erhöhten sie sich um 12% auf CHF 0.2 Milliarden.

Der Nettoertrag stieg um 7% auf CHF 550.5 Millionen. Der Nettozins ertrag erhöhte sich dank einer auf 5.6% verbesserten Nettozinsmarge um 10% auf CHF 380.5 Millionen. Erfolgreiche Zinsanpassungsmassnahmen führten zu einem Anstieg der Zinserträge um 15% auf CHF 485.7 Millionen. Der Zinsaufwand erhöhte sich im Zuge der fortlaufenden Umschichtung des Refinanzierungsportfolios auf CHF 105.3 Millionen. Die Kommissions- und Gebühreneinnahmen beliefen sich auf CHF 170.0 Millionen (+1%). Der grösste Beitrag kam aus dem Kreditkartengeschäft, das CHF 91.6 Millionen (+3%) ausmachte, während

BNPL CHF 39.9 Millionen (+1%) zum Ergebnis beitrug. Der Anteil der Kommissions- und Gebühreneinnahmen am Nettoertrag lag bei 31%.

Aufwand-Ertrags-Verhältnis verbessert

Der Geschäftsaufwand erhöhte sich um 1% auf CHF 264.5 Millionen, wobei Kosteneinsparungen durch Restrukturierungskosten und fortgesetzte Investitionen in strategische Initiativen ausgeglichen wurden. Dies führte insgesamt zu einem deutlichen Rückgang des Aufwand-Ertrags-Verhältnisses auf 48.1%.

Anhaltend solide Verlustquote

Die Wertberichtigungen für Verluste erhöhten sich um CHF 17.2 Millionen auf CHF 74.2 Millionen, was die Fälligkeiten der nach der Corona-Krise gewachsenen Forderungen in einem leicht abgeschwächten makroökonomischen Umfeld widerspiegelt. Dies resultierte in einer Verlustquote von 1.1% im Rahmen des langfristigen Trends.

Erhöhte Dividende vorgeschlagen

Cembra ist weiterhin sehr gut kapitalisiert, mit einer starken Tier 1-Kapitalquote von 17.9%. In Anbetracht der soliden Ergebnisse wird der Verwaltungsrat der Generalversammlung am 24. April 2025 eine Dividende von CHF 4.25 pro Aktie vorschlagen.

Fortschritte bei strategischer Transformation

2024 trieb Cembra ihre strategische Transformation zur Steigerung der Produktivität und des Kundennutzens konsequent weiter voran. Die erfolgreiche Einführung der neuen IT-Plattform für das Leasinggeschäft stärkte die Beziehungen von Cembra zu ihren Partnern, verbesserte den Kundennutzen, steigerte die Effizienz und ermöglicht künftig weitere Produktivitätssteigerungen. Ausserdem erweiterte Cembra ihr Portfolio an eigenen Karten und Co-Branding-Partnerschaften, was zu höheren Zinserträgen und Provisionen führte. Das Kreditkartenangebot wurde um zusätzliche Dienstleistungen, einschliesslich Versicherungsprodukten, ausgebaut und die Cembra App um weitere Selbstbedienungsfunktionen ergänzt. Cembra straffte ausserdem die Organisation und baute den Technologie- und Dienstleistungsstandort in Riga, Lettland, weiter aus.



+8%

Reingewinn



Senior Leadership Team

Von links: Peter Schnellmann (Business Unit Leader Lending), Alona Eiduka (Chief Operating Officer), Annekathrin Krügel-Falkenberg (Head People and Culture), Holger Laubenthal (Chief Executive Officer), Pascal Perritaz (Chief Financial Officer), Volker Gloe (Chief Risk Officer), Eric Anliker (General Counsel), Sandra Babylon (Chief Technology Officer) und Christian Stolz (Business Unit Leader Payments).

Cembra ist eine führende Schweizer Anbieterin von innovativen Finanzierungs- und Zahlungslösungen

In unseren Geschäftsbereichen Lending und Payments betreuen wir über 2 Millionen Kundinnen und Kunden in der Schweiz und beschäftigen mehr als 850 Mitarbeitende aus rund 40 Ländern. Wir haben unseren Hauptsitz in Zürich und sind in der ganzen Schweiz über unser Filialnetz und unsere Online-Vertriebskanäle sowie über unsere Kreditkartenpartner, unabhängige Vermittler und Autohändler tätig.



Privatkredite

Cembra ist eine führende Anbieterin im wettbewerbsintensiven Privatkreditmarkt. Wir bieten einen erstklassigen individuellen Service, und unsere Produkte sind über unsere 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 3'200 Autohändlern verkauft, die als Vermittler agieren. Eine engagierte Verkaufsabteilung mit 22 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 Conforama, FNAC, IKEA, LIPO, SPAR und TCS sowie unsere eigenen Kreditkarten. Die Karten bieten eine Reihe attraktiver Vorzüge wie Loyaltätspunkte, Cashback, keine Jahresgebühren oder personalisiertes Design.



Buy Now Pay Later (BNPL)

Über CembraPay bieten wir Rechnungsfinanzierungsdienste und flexible Zahlungsoptionen sowohl für Online- als auch für Point-of-Sales-Kanäle an.



Versicherungsprodukte

Wir ermöglichen unseren Kundinnen und Kunden Zugang zu verschiedenen Versicherungsprodukten. Kredit- und Leasingversicherungsprodukte bieten finanziellen Schutz bei unverschuldeter Arbeitslosigkeit, Unfällen, Krankheit oder Erwerbsunfähigkeit. Daneben vermitteln wir an unsere Kreditkartenkunden Reise- oder Flugunfallversicherungen sowie ein Schutzpaket im Falle eines Kartenverlusts. Zusätzlich vermitteln wir Motorfahrzeugversicherungsprodukte.



Sparprodukte und Einlagen

Privatkunden und institutionellen Anlegern bieten wir Spar- und Anlageprodukte mit attraktiven Zinssätzen an.

Unsere Vision

Wir nutzen Technologie, um die intuitivsten Lösungen in der Konsumfinanzierung anzubieten.