



Kurzbericht 2017



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



Online-Bericht



Vollständiger Bericht (pdf)



Kurzbericht

Der Online-Bericht und der vollständige Geschäftsbericht 2017 sind unter reports.cembra.ch verfügbar.

Dieser Kurzbericht erscheint in deutscher und englischer Sprache. Bei Abweichungen ist die englische Version massgebend.



Kennzahlen & Fakten

CHF 2'725'500'000

betrug die Marktkapitalisierung von
Cembra Money Bank am Jahresende 2017

56'000'000

Kreditkartentransaktionen verarbeitete
Cembra Money Bank 2017

809'000

Kunden vertrauen auf Cembra Money Bank
als bevorzugte Partnerin

810

Mitarbeitende aus 38 Nationen arbeiten
für Cembra Money Bank

29

Aussendienstmitarbeitende betreuen mehr
als 3'600 Autohändler in der Schweiz

CHF 3.55

ordentliche Dividende pro Aktie der
Generalversammlung beantragt

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

02 Kennzahlen & Fakten

04 Interview «Stabil»

10 Über Cembra Money Bank

12 Interview «Unkompliziert»

16 Bedeutende Entwicklungen

18 Finanzüberblick

20 Gesellschaftliche Verantwortung (CSR)

22 Interview «Zuverlässig»

26 Erfolgsrechnung

27 Bilanz

28 Kontakte

Stabil

«Die Entwicklung der Cembra Money Bank ist vorhersehbar und stabil.»

Christa Rigozzi: Wie lässt sich die Performance von Cembra im Jahr 2017 zusammenfassen?

Robert Oudmayer: In einem von Wettbewerb geprägten Marktumfeld konnte unsere Bank ein weiteres erfolgreiches Jahr verzeichnen. Unser Reingewinn von 144,5 Millionen Franken liegt leicht über dem Niveau von 2016. Es ist uns gelungen, die negativen Auswirkungen der Reduktion des Höchstzinssatzes von 2016 zu kompensieren. Mit 16,7 Prozent verfügen wir über eine starke Eigenkapitalrendite, und wir haben unsere Kostendisziplin beibehalten, indem wir den Geschäftsaufwand konstant hielten. Unsere Geschäftsbereiche haben in diesem Jahr ausnahmslos Wachstum vermeldet. Im Kreditkartengeschäft konnten wir sogar ein organisches Wachstum im zweistelligen Bereich verzeichnen und übertreffen den Markt damit ein weiteres Mal deutlich. Ein grosses Dankeschön geht an unsere über 800 engagierten Mitarbeitenden, die dieses sehr gute Ergebnis ermöglicht haben.



Dr. Felix Weber (links) und Robert Oudmayer mit Christa Rigozzi

2017 war für Cembra ausserdem ein Jahr der Übernahmen und des Wachstums.

Felix Weber: In der Tat haben wir unsere starke Kapitalposition genutzt und unserer Strategie entsprechend in Wachstum investiert. Wir haben Swissbilling übernommen und konnten auf diese Weise in den für uns neuen Geschäftsbereich des Rechnungsfinanzierungsgeschäfts einsteigen. Um unsere Position als führende unabhängige Anbieterin von Fahrzeugfinanzierungen in der Schweiz zu stärken, haben wir ausserdem EFL Autoleasing übernommen, mit Nettoforderungen gegenüber Kunden von 278 Millionen Franken. Zudem haben wir ein Privatkreditportfolio von eny Finance, einer Schweizer Anbieterin von Online-Privatkrediten, in Höhe von 42 Millionen Franken refinanziert.

«Unsere Stärke ist, dass wir immer gehalten haben, was wir versprochen.»

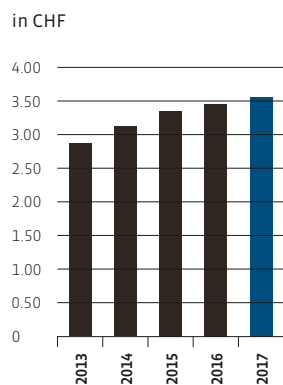
«Die Entwicklung unseres Aktienkurses und die attraktive Dividende machen Cembra für Anleger attraktiv.»

Robert Oudmayer: Darüber hinaus haben wir eine Reihe spannender neuer Partnerschaften geschlossen. So sind wir jetzt die bevorzugte Partnerin für einen Hersteller von Elektrofahrzeugen und Finanzierungspartnerin für Harley-Davidson-Motorräder in der Schweiz. Im Frühling führen wir eine neue Kreditkarte mit dem Möbelgeschäft Interio ein, einer Tochtergesellschaft unserer langjährigen Partnerin Migros.

Wie hat sich die Bank im Lauf der letzten Jahre entwickelt?

Robert Oudmayer: Wir sind mittlerweile seit mehr als vier Jahren unabhängig. Das Geschäft war schon immer sehr profitabel, und unsere Erfolgsbilanz seit dem Börsengang ist hervorragend. In vergangenen Jahr haben wir einmal mehr sehr gute Renditen für unsere Aktionäre erzielt. Wir schlagen der Generalversammlung die Ausschüttung einer attraktiven Dividende von 3.55 Franken pro Aktie vor. Die Entwicklung von Cembra ist vorhersehbar und stabil. Ich bin stolz darauf, dass die Marke inzwischen gut am Markt etabliert ist. Das haben wir auch dir zu verdanken, Christa. Du bist eine wertvolle Markenbotschafterin für Cembra!

Ordentliche Dividende pro Aktie



Vielen Dank! Ich bin stolz, Teil des Erfolgs von Cembra zu sein. Was macht diese Bank einzigartig?

Felix Weber: Cembra besitzt eine lange Tradition und umfangreiche Erfahrungen im Bereich der Konsumkreditprodukte. Wir bieten einen hervorragenden Kundenservice und verfügen über äusserst engagierte Mitarbeitende, die jeden Tag die Werte der Bank leben. Starke Werte, Stabilität, langfristiges Denken und die Tatsache, dass wir immer gehalten haben, was wir versprochen, machen Cembra vertrauenswürdig und einzigartig.

Auf welche Weise profitieren Anleger von einer stabilen Bank?

Felix Weber: Die Entwicklung unseres Aktienkurses und die attraktive Dividende machen Cembra für Anleger interessant. Für ausländische Investoren liegt unser Vorteil darin, dass wir ein rein schweizerisches Unternehmen sind, das in einem wirtschaftlich und politisch stabilen Umfeld tätig ist. Bei uns besteht kein Fremdwährungsrisiko und wir haben eine niedrige Verlustquote. Ich denke, der grösste Beweis für das Vertrauen in Cembra ist die Tatsache, dass die Zahl unserer Kunden kontinuierlich wächst. Wir haben inzwischen über 800'000 Kunden. Das gleiche gilt für unsere Aktionäre. Ihre Zahl liegt derzeit bei rund 10'000, darunter viele Schweizer Kleinanleger. Seit dem Börsengang haben wir unsere ordentliche Dividende jedes Jahr erhöht; unser erklärtes Ziel ist es, unseren Aktionären auch in Zukunft eine solide Dividende zu zahlen.



Robert Oudmayer

Unsere Strategie

Sich im Kerngeschäft behaupten

Die Zukunft gestalten

Wachstum durch Übernahmen und Diversifikation

«Wir haben unsere starke Kapitalposition genutzt und unserer Strategie entsprechend in Wachstum investiert.»

Welche Vorteile hat Stabilität für eure Kunden und Mitarbeitenden?

Robert Oudmayer: Die Bank hatte verschiedene Eigentümer. Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen haben sich immer wieder verändert. Dennoch ist unsere Bank seit mehr als 100 Jahren am Schweizer Markt tätig. Aus diesem Grund sind wir eine solide Partnerin für unsere Kunden und auch eine attraktive Arbeitgeberin.

Was macht Cembra zu einer attraktiven Arbeitgeberin?

Robert Oudmayer: Unsere Mitarbeitenden sind der Schlüssel zum Erfolg von Cembra. Sie verkörpern und teilen unsere Werte – Engagement, Kundenfokus, Verantwortung und Vielfalt – und gestalten die Zukunft der Bank. Wir sind auf engagierte Mitarbeitende angewiesen; deshalb bieten wir einen inspirierenden und kooperativen Arbeitsplatz und flexible Arbeitszeitmodelle. Wir fördern Vielfalt und unterstützen unsere Mitarbeitenden in ihrer Entwicklung.



Dr. Felix Weber

Welches sind die grössten Herausforderungen für die Bank im Jahr 2018 und darüber hinaus?

Felix Weber: Wir werden weiterhin die Auswirkungen der Reduktion der Maximalzinssätze minimieren. Die Senkung von 15 auf 10 Prozent für Konsumkredite und von 15 auf 12 Prozent für Kreditkarten hat den Abstand zwischen den Marktteilnehmern verringert und verstärkt dadurch den Wettbewerb. Das regulatorische Umfeld mit seinen steten Veränderungen hält uns auf Trab und erfordert kontinuierliche Investitionen. Natürlich verfolgen wir auch die Entwicklung neuer Zahlungstechnologien. Seit November 2017 unterstützt Cembra mobile Zahlungsmöglichkeiten mit den Smartwatches Garmin Pay™ und FitBit Pay. Im Februar 2018 haben wir Samsung Pay als mobile Zahlungslösung für vier unserer Kreditkartenprogramme eingeführt. Ausserdem investieren wir weiterhin in die Digitalisierung des Geschäfts.

Wie sieht die langfristige Strategie von Cembra aus?

Felix Weber: Die Bank verfolgt eine klare Strategie, die auf drei Grundpfeilern beruht. Erstens wollen wir uns in unserem Kerngeschäft behaupten. Das erreichen wir, indem wir neue Kunden gewinnen und dabei ein wettbewerbsfähiges Aufwand/Ertrags-Verhältnis beibehalten. Zweitens gestalten wir die Zukunft, indem wir in Digitalisierung und in die Umgestaltung der Bank von einer produktorientierten in eine kundenorientierte Organisation investieren. Drittens investieren wir auch weiterhin in ein langfristiges, nachhaltiges Wachstum der Bank. Durch weitere Übernahmen, Partnerschaften und Joint Ventures wollen wir weiter wachsen. Dabei konzentrieren wir uns auf die verschiedenen Bereiche der Konsumfinanzierung und das vor allem in der Schweiz.

Christa Rigozzi ist ehemalige Miss Schweiz und erfolgreiche Moderatorin und Entertainerin. Sie ist seit 2015 Markenbotschafterin von Cembra.

Robert Oudmayer ist seit 2009 Chief Executive Officer der Bank. Zuvor war er CEO von GE Money Portugal sowie P&L Leader Auto & Retail bei GE Money Bank Schweiz.

Dr. Felix Weber ist seit 2013 Präsident des Verwaltungsrats von Cembra Money Bank. Seit 2014 ist er Partner bei der Investmentgesellschaft BLR & Partners. Zuvor hatte Felix Weber verschiedene Führungspositionen bei Nomura Bank, Lehman Brothers Finance und Adecco inne und war Partner bei McKinsey & Company.

Widerstandsfähig und stark verwurzelt

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



Cembra Money Bank AG ist eine unabhängige Schweizer Bank und seit Oktober 2013 an der SIX Swiss Exchange kotiert. Sie hat ihren Hauptsitz in Zürich und beschäftigt über 800 Mitarbeitende aus 38 Ländern.

Geschichte

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

Produkte und Kunden

Die Bank mit Hauptsitz in Zürich betreibt ihr Geschäft in allen Schweizer Landesteilen über ein vielfältiges Vertriebsnetz von 18 Filialen, unabhängigen Vermittlern, Kreditkartenpartnern, Autohändlern und Onlinekanälen. Mit ihrem erstklassigen individuellen Service und ihren effizienten Entscheidungswegen ist die Bank eine der wichtigsten Akteurinnen auf dem Schweizer *Konsumkreditmarkt*.

Die Bank ist die grösste unabhängige Anbieterin von *Fahrzeugfinanzierungen* in der Schweiz. 35 Prozent der

Fahrzeuge, die Cembra finanziert, sind Neuwagen; bei 65 Prozent handelt es sich um Gebrauchtwagen. Die Produkte werden über ein Vertriebsnetz von 3'600 Autohändlern verkauft, die als Vermittler fungieren. Eine engagierte Verkaufsabteilung, welche 29 Aussendienstmitarbeitende und die Mitarbeitenden in drei Servicezentren umfasst, sorgt für einen individuellen, flexiblen und effizienten Service.

2006 begann die Bank in Kooperation mit Migros, der grössten Einzelhändlerin in der Schweiz, *Kreditkarten* anzubieten. Seither hat Cembra ihr Kreditkartenangebot durch neue Partnerschaften mit Conforama, TCS und Fnac erweitert und eine eigene Kreditkarte eingeführt. Das Kreditangebot der Bank bietet je nach Kartenprogramm innovative und attraktive Vorzüge wie Karten ohne Jahresgebühr, die Möglichkeit Cumulus-Punkte der Migros zu sammeln, Cashback oder personalisiertes Design. Seit 2006 ist die Zahl der ausgegebenen Kreditkarten von null auf über 803'000 gewachsen.

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

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

2017 erwarb Cembra die Swissbilling AG, ein Schweizer Unternehmen, das auf *Rechnungsfinanzierungen* spezialisiert ist. Auf diese Weise konnte die Bank ihr Produktportfolio erweitern.

809'000 Kunden

Dank interessanter Finanzprodukte, einer breiten Produktpalette und erstklassiger Dienstleistungen konnte Cembra Money Bank ihren Kundenstamm jedes Jahr erweitern. Per 31. Dezember 2017 war Cembra Money Bank für 809'000 Kunden, 8% mehr als im Vorjahr, die Partnerin ihres Vertrauens.

Unkompliziert

«Unser Ziel ist immer, unkompliziert die bestmögliche individuelle Beratung zu bieten.»

Christa Rigozzi: Gabriela, du bist seit 28 Jahren Mitarbeiterin dieser Bank. Wie hat sie sich im Lauf der Zeit verändert?

Gabriela Sremac: Ich habe mehr als mein halbes Leben bei der Bank verbracht. Dabei hat sich vieles verändert. Die Prozesse sind dank Technologie und Digitalisierung viel schneller und effizienter geworden. Markant verändert hat sich vor allem auch der Kundenfokus. Der alte «Bänkler» agierte früher eher wie ein Beamter. Heute ist es ein Miteinander mit den Kunden auf Augenhöhe. Unsere Bank will unkompliziert die bestmögliche individuelle Beratung bieten.



Christa Rigozzi und Gabriela Sremac

Was tust du, damit die Kunden Cembra als unkomplizierte Bank wahrnehmen?

Ich versuche Lösungen zu finden, um die Bedürfnisse der Kunden optimal abzudecken. Unsere Prozesse sind transparent und nachvollziehbar. Der nächste Schritt ist für den Kunden immer klar definiert. Wir wollen Vertrauen aufbauen und Nähe schaffen. Ich behandle die Kunden stets so, wie ich gerne selber behandelt werden möchte. So komme ich nicht in Versuchung, die Anliegen nur aus Sicht der Bank zu betrachten, sondern stelle den Menschen in den Vordergrund.

18

Filialen hat Cembra in der Schweiz

«Ich versuche immer, Lösungen zu finden, um die Bedürfnisse der Kunden optimal abzudecken. Ich behandle sie stets so, wie ich gerne selber behandelt werden möchte.»

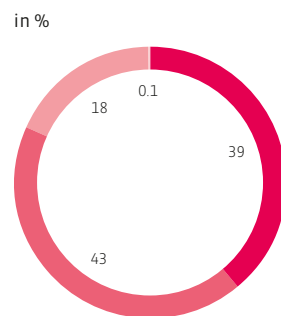
Was zeichnet die Cembra-Produkte aus?

Sie sind transparent und leicht verständlich. Aufgrund gesetzlicher und regulatorischer Vorschriften sind die Verträge aber umfangreich geworden. Wir bieten unseren Kunden deshalb die Möglichkeit, sich auf verschiedenen Wegen zu informieren – in einer persönlichen Beratung in der Filiale, online oder am Telefon. Im Gespräch können wir dann individuell auf die Wünsche des Kunden eingehen. Jeder Kunde hat andere Bedürfnisse, die wir mit den verschiedenen Kanälen abdecken können.

Was hält dich so lange bei der Bank?

Das habe ich mich auch schon oft gefragt. Seit meinem ersten Arbeitstag in dieser Bank fühle ich mich hier wohl – es passt einfach mit uns beiden. Die Bank hat grosse Veränderungen durchgemacht. In diesem dynamischen Umfeld konnte ich mich ständig weiterentwickeln und neue Aufgaben übernehmen. Ich wurde gefördert und gefordert. Auch als ich Mutter wurde, konnte ich flexibel weiterarbeiten.

Nettoforderungen gegenüber Kunden



- Privatkredite
- Fahrzeugfinanzierungen
- Kreditkarten
- Rechnungsfinanzierungen

Was bietet Cembra den Mitarbeitenden?

Eine vielseitige Arbeit, die Chance, sich weiterzuentwickeln, marktgerechte Löhne und einen attraktiven Arbeitsplatz. Vielfalt wird grossgeschrieben. Spannend für mich ist auch der persönliche Kontakt mit den Kunden. Wir kennen oft ihre Lebensgeschichte und erfahren viel Persönliches. Auch nach 28 Jahren in der Bank erlebe ich immer wieder Neues.

Bietet dir Cembra Freiheiten, die andere Arbeitgeber nicht bieten?

Wenn ich mich in meinem Bekanntenkreis umhöre, denke ich, Cembra bietet tatsächlich mehr Freiheiten als andere Unternehmen. Unsere Hierarchie ist flach. Ich habe die Freiheit, jederzeit auf jedermann direkt zuzugehen und offen und ehrlich meine Meinung zu sagen. Das schätze ich sehr. So bleibe ich authentisch und verschaffe mir auch mal Gehör und Luft, wenn ich etwas nicht so gut finde. Ich versuche in meinem Team optimale Arbeitsbedingungen zu schaffen, um eine flexible Work-Life-Balance zu ermöglichen, sei es mit spontanen Kompensationen oder mit Teilzeitanstellungsmodellen. Ein Drittel meiner Mitarbeitenden arbeitet Teilzeit.

Welche Rolle spielen die Cembra-Werte in deiner täglichen Arbeit und in deinem Team?

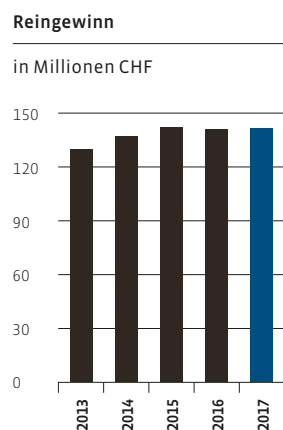
Unsere Werte – Engagement, Kundenfokus, Verantwortung und Vielfalt – sind wichtig für die Teamdynamik. Man kann sie schwer messen, sie sind jedoch ausschlaggebend für die Leistung und die Bindung der Mitarbeitenden an das Unternehmen – und damit für den Erfolg der Bank. Sie zeigen uns den Weg, wie wir etwas umsetzen wollen.



Gabriela Sremac arbeitet seit Januar 1990 in verschiedenen Positionen bei der Bank. Sie begann als Kreditsachbearbeiterin bei Bank Finalba, wurde Teamleiterin bei Bank Prokredit, später Filialleiterin bei GE Capital und GE Money Bank. Seit dem Börsengang von Cembra Money Bank im Oktober 2013 ist sie Regionalleiterin, verantwortlich für die Filialen St. Gallen, Winterthur und Chur. Sie führt Teams mit insgesamt 16 Mitarbeitenden. Gabriela hat eine 15-jährige Tochter.

Bedeutende Entwicklungen

Das Jahr 2017 war gekennzeichnet durch regulatorische Veränderungen und durch die Akquisitionen von zwei Unternehmen. Unterstützt durch ein stabiles wirtschaftliches Umfeld, meisterte die Bank die Herausforderungen erfolgreich und konnte ihre Position als eine führende Anbieterin von Konsumkreditprodukten stärken.



Geschäftsentwicklung

Im Februar 2017 kündigte Cembra Money Bank die Übernahme von Swissbilling AG an. Swissbilling ist eine Schweizer Anbieterin von Rechnungsfinanzierungen mit Geschäftstätigkeit vorwiegend in der französischsprachigen Schweiz. 2017 verarbeitete Swissbilling rund 383'000 Rechnungen, steigerte das Volumen um mehr als 30% und erweiterte die Zahl der kommerziellen Partner auf rund 300.

Im Juli 2017 informierte die Bank über eine Vereinbarung zur Refinanzierung eines Privatkreditportfolios in der Höhe von CHF 42 Millionen von eny Finance AG über ein Special Purpose Vehicle (SPV). eny Finance ist ein Online-Anbieter von Privatkrediten, aktiv im tieferen Preissegment.

Mitte Oktober 2017 gab die Bank die Übernahme von EFL Autoleasing AG bekannt. EFL ist eine Anbieterin von Fahrzeugfinanzierungen mit Sitz in Winterthur. Ende 2017 hatte EFL Kundenforderungen in Höhe von rund CHF 278 Millionen.

Die Transaktion wurde im November vollzogen und wird 2018 positiv zum Ergebnis pro Aktie (EPS) beitragen. Die Bank erwartet Synergien aus Refinanzierung und operativer Rentabilitätssteigerung. Die Akquisition stärkt die Position der Bank als führende unabhängige Anbieterin von Fahrzeugfinanzierungen in der Schweiz.

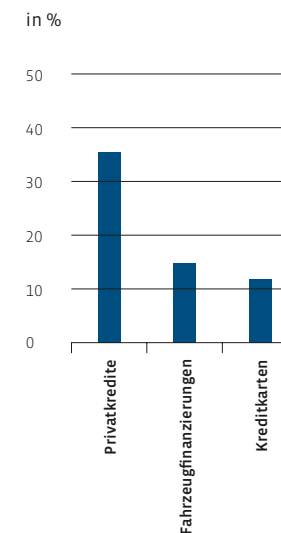
Die Bank erwartet, dass das anhaltende Wachstum im Kreditkartengeschäft, die 2017 getätigten Übernahmen und Transaktionen sowie weitere Massnahmen die tieferen Erträge im Konsumkreditgeschäft aufgrund des seit Mitte 2016 gesenkten Höchstzinssatzes kompensieren werden.

Freundliches wirtschaftliches Umfeld

Das Schweizer Bruttoinlandsprodukt (BIP) wuchs 2017 um 1.0% und der Privatkonsum legte um 1.2% zu. Zusammen mit einer stabilen durchschnittlichen Arbeitslosenquote von 3.2% unterstützte dies das Wachstum der Kundenforderungen unter Wahrung einer stabilen Verlustquote von 1.0%. Die Bank nutzte das anhaltende Tiefzinsumfeld und emittierte unbesicherte Anleihen von insgesamt CHF 350 Millionen.

Cembra konnte in einem herausfordernden Umfeld ihren Marktanteil bei Privatkrediten bei rund 36% halten. Im Bereich Fahrzeugfinanzierungen stieg der Marktanteil aufgrund der Übernahme von EFL auf etwa 15%. Im Kreditkartengeschäft stieg der Marktanteil aufgrund des starken Wachstums auf circa 12%. Alle diese Faktoren verhalfen der Bank, ihre Position als eine führende Anbieterin von Konsumkrediten zu stärken.

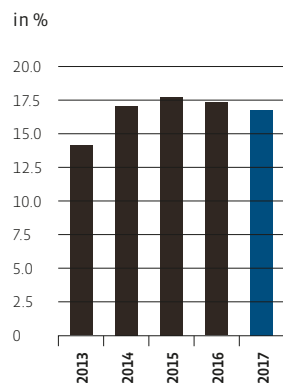
Marktanteil Cembra Money Bank nach Produktegruppe



Finanzüberblick

Das Geschäftsjahr 2017 war sowohl strategisch als auch finanziell wiederum ein erfolgreiches Jahr für Cembra Money Bank. Die Kundenforderungen stiegen um 12 % auf CHF 4.6 Milliarden, getrieben durch Akquisitionen und organisches Wachstum. Der Reingewinn von CHF 144.5 Millionen entspricht einer Eigenkapitalrendite von 16.7% unter Wahrung einer soliden CET-1-Kapitalquote von 19.2%. Vorbehaltlich der Zustimmung der Generalversammlung profitieren die Aktionäre von einer erhöhten Dividende von CHF 3.55 pro Aktie.

Eigenkapitalrendite (ROE)



Reingewinn von CHF 144.5 Millionen

Der Nettoertrag stieg um 1% auf CHF 396.3 Millionen. Der Zinserfolg ging aufgrund der tieferen Höchstzinssätze im Privatkreditgeschäft um 5% auf CHF 283.6 Millionen zurück. Dagegen stieg der Ertrag aus Kommissionen und Gebühren zweistellig um 17% auf CHF 112.7 Millionen, vorwiegend als Folge des starken Wachstums im Kreditkartengeschäft. Die Risikokennzahlen bewegten sich auf Vorjahresniveau mit einer stabilen Verlustquote von 1.0% und gefährdeten Forderungen (NPL) von 0.4%. Die Kosten disziplin wurde aufrechterhalten mit einem tiefen Aufwand/Ertrags-Verhältnis von 42.4%. Daraus resultiert ein Reingewinn von CHF 144.5 Millionen respektive CHF 5.13 pro Aktie. Die entsprechende Eigenkapitalrendite lag mit 16.7% wiederum über dem mittelfristigen Ziel der Bank.

Wachstum in allen Geschäftsbereichen

Die Nettoforderungen gegenüber Kunden erhöhten sich um 12% auf rekordhohe CHF 4'562 Millionen. Das Wachstum in allen Geschäftsbereichen wurde sowohl durch

Akquisitionen als auch durch organisches Wachstum getragen. Die Nettoforderungen gegenüber Kunden im Privatkreditgeschäft stiegen um 4% auf CHF 1'782 Millionen, unterstützt durch die Transaktion mit eny Finance AG. Die Forderungen gegenüber Kunden im Bereich Fahrzeugfinanzierungen stiegen um 18% auf CHF 1'942 Millionen, vorwiegend dank der Übernahme der EFL Autoleasing AG. Das Wachstum im Kreditkartengeschäft von 17% auf CHF 833 Millionen war rein organisch und wurde durch den Anstieg der Kreditkarten um 10% auf 803'000 unterstützt. Das neue Rechnungsfinanzierungsgeschäft von Swissbilling steuerte CHF 5 Millionen zu den Kundenforderungen bei.

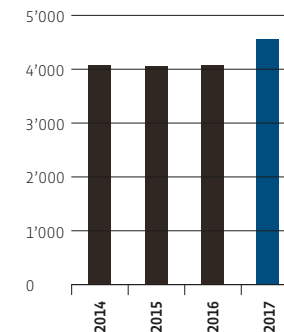
Die Bilanzsumme übertraf zum ersten Mal seit dem Börsengang die Marke von CHF 5 Milliarden. Das Eigenkapital erhöhte sich 2017 auf CHF 885 Millionen. Mit einer CET-1-Kapitalquote von 19.2% ist die Bank sehr gut kapitalisiert und übertrifft das regulatorische Minimum von 11.2% deutlich. Die starke Kapitalposition der Bank erlaubt es, den Aktionären eine erhöhte ordentliche Dividende von CHF 3.55 pro Aktie zu bezahlen; vorbehaltlich der Zustimmung der Generalversammlung.

Neue Partnerschaften unterstützen zukünftiges Wachstum

Die Bank hat neue Partnerschaften mit einem Hersteller von Elektrofahrzeugen und mit Harley-Davidson im Bereich Fahrzeugfinanzierungen sowie mit Samsung Pay und Interio im Kreditkartengeschäft abgeschlossen. Diese Kooperationen sollen das zukünftige Wachstum der Bank unterstützen. Die Bank erwartet daher für 2018 wiederum ein solides Resultat mit einem Gewinn pro Aktie zwischen CHF 4.80 und CHF 5.10.

Nettoforderungen gegenüber Kunden

in Millionen CHF



Gesellschaftliche Verantwortung

Cembra Money Bank ist überzeugt, dass langfristiger Erfolg nur möglich ist, wenn die Erwartungen aller Stakeholder berücksichtigt werden. Dabei spielen qualifizierte und motivierte Mitarbeitende eine zentrale Rolle. Sie stehen daher im Fokus bei der Ausgestaltung und Umsetzung von Initiativen im Zusammenhang mit der gesellschaftlichen Verantwortung des Unternehmens (CSR).

810

Mitarbeitende aus 38 verschiedenen Ländern sind bei Cembra Money Bank beschäftigt

Die Mitarbeitenden sind der Schlüssel zum Erfolg der Cembra Money Bank.

Vielfalt und Entwicklung von Mitarbeitenden

Die Mitarbeitenden sind der Schlüssel zum Erfolg der Cembra Money Bank. Sie verkörpern die Unternehmenswerte und prägen die Zukunft der Bank. Vielfalt und die Entwicklung der Mitarbeitenden sind fest in der Unternehmenskultur verankert und werden mit verschiedenen Programmen und Initiativen gefördert. Fachliche und soziale Kompetenzen werden mit internen und externen Schulungen gestärkt.

Im Rahmen ihres «Ways of Working»-Programms bietet die Bank flexible Arbeitszeitmodelle wie Teilzeit, Flex-Time und Home Office an, die von Männern und Frauen für die bessere Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben genutzt werden können. Die unternehmensinterne Initiative «Connect» unterstützt Frauen in ihrer beruflichen Karriere. Zudem werden den Mitarbeiterinnen mit der Mitgliedschaft bei «Advance» Möglichkeiten für externen Austausch und Networking geboten.

Die Bank fördert zudem die Gesundheit und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden mit einem kostenlosen Fitnesscenter, stark vergünstigten Sport- und Massageangeboten sowie subventionierter Verpflegung.

Gesellschaftliches Engagement

Cembra Money Bank fördert ehrenamtliche Aktivitäten mit Partnern wie der Stiftung Theodora. Mitarbeitende unterrichten zudem für Young Enterprises Switzerland (YES) an Schulen und unterstützen Ferienlager der Kinderkrebshilfe. Diese Aktivitäten ermöglichen es den Mitarbeitenden, ihren Horizont zu erweitern und in den örtlichen Gemeinden eine soziale Aufgabe zu erfüllen.

Kundenfokus

Kundenorientierung und insbesondere die Prinzipien zur verantwortungsvollen Kreditvergabe sind Cembra Money Bank wichtig. Neben der strengen Konsumkreditgesetzgebung in der Schweiz hat die Bank zusätzliche Kriterien eingeführt, um ein gesamtheitliches Verständnis ihrer Kunden und deren Lebenssituation zu erhalten. Viel Wert wird dabei auf das direkte Gespräch zwischen Mitarbeitenden der Bank und Kunden gelegt.

Verankerung

Interne Richtlinien unterstützen die Mitarbeitenden darin, der gesellschaftlichen und unternehmerischen Verantwortung im Alltag gerecht zu werden. Formalisierte Prozesse und deren Überprüfung sichern die Integrität von Produkten und Dienstleistungen. Ein verbindlicher Verhaltenskodex beschreibt ethisches und professionell korrektes Verhalten in verschiedenen Situationen.

Unsere Werte

Engagement

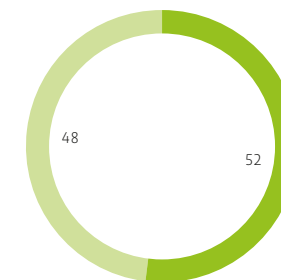
Vielfalt

Verantwortung

Kundenfokus

Vielfalt

in % der Mitarbeitenden



■ Männer
■ Frauen

Zuverlässig

«Sowohl die Migros als auch Cembra haben den Anspruch, den gemeinsamen Kunden das beste Produkt und zuverlässigen Service zu bieten.»

Christa Rigozzi: Die Migros steht in der Gunst der Schweizerinnen und Schweizer sehr weit oben. Woran liegt das? Wie sieht das Erfolgsrezept aus?

Cornelia Wiederkehr: Die Migros genießt in der Gesellschaft tatsächlich einen ausgezeichneten Ruf – und dies ist meiner Meinung nach auch sehr verdient. Ich habe das Glück, die Migros als Kundin und als Arbeitnehmerin zu erleben. Auch wenn es vielleicht klischeehaft tönen mag: Ich bin begeistert von ihr! Diese Gunst verdient man sich nicht mit Einzeltaten über Nacht. Sie ist das Resultat von tagtäglichem unermüdlichem Einsatz von ganz vielen Mitarbeitenden. Der Erfolg basiert auf einem Zusammenspiel vieler verschiedener Faktoren. Überall da, wo Kunden mit der Migros in Kontakt kommen, müssen wir überzeugen



Cornelia Wiederkehr und Christa Rigozzi

und beweisen, dass wir ihre Gunst verdient haben – immer wieder aufs Neue.

Die Migros gilt unter anderem als verlässliches Unternehmen. Was bedeutet das genau?

Zuverlässigkeit oder Verlässlichkeit bedeutet, dass man einer Person oder eben auch einem Unternehmen trauen kann. Vertrauen ist ein zentraler Migros-Wert. Das Aufrechterhalten des Vertrauens, das wir von unseren Kunden gegenüber uns und unseren Partnern erhalten, hat bei uns oberste Priorität. Wir halten, was wir versprechen. Das wissen unsere Kunden, und unsere Partner und schätzen es entsprechend.

20%

ist Cembras Anteil
am kontaktlosen Bezahlen
in der Schweiz

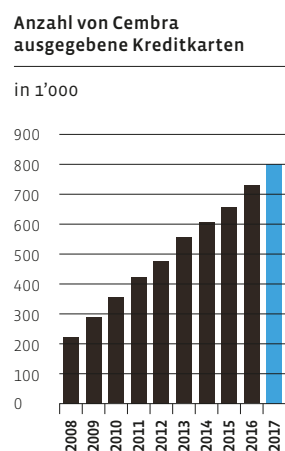
«Zuverlässige und vertrauensvolle Partner sind das A und O für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Diese Werte sind schnell genannt, doch erst wenn sie gelebt werden, können daraus nachhaltig attraktive Produkte und Dienstleistungen entstehen.»

Was erwartet die Migros von einer Partnerin wie Cembra Money Bank?

Vertrauenswürdigkeit und Zuverlässigkeit sind unerlässlich. Ein Migros- beziehungsweise Cumulus-Partner muss sich diesen Werten ebenfalls verpflichtet fühlen und sie im Geschäftsalltag leben. Kunden- und Serviceorientierung sind ebenfalls sehr wichtig. Der Kunde und seine Bedürfnisse stehen bei uns an erster Stelle. Nur wenn dies bei einem Partner ebenfalls der Fall ist, stimmt die Kundenzufriedenheit.

Das Kreditkartengeschäft basiert auf Vertrauen und Verlässlichkeit. Worin zeigt sich die Zuverlässigkeit bei Cembra Money Bank?

Migros und Cembra Money Bank verbindet eine sehr enge Zusammenarbeit. Cembras Zuverlässigkeit zeigt sich tagtäglich gegenüber unserer Kunden in der Bearbeitung ihrer Anfragen oder Anliegen, aber auch meinem Team gegenüber in der Führung des überaus erfolgreichen ge-



meinsamen Kartenprodukts, der Cumulus-Mastercard. Zuverlässige und vertrauensvolle Partner sind das A und O für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Diese Werte sind schnell genannt, doch erst wenn sie aktiv gelebt und unter Beweis gestellt werden, können daraus nachhaltig attraktive Produkte und Dienstleistungen entstehen. Die Cumulus-Mastercard ist der beste Beweis dafür. Die grosse Anzahl von Karteninhabern und deren hohe Zufriedenheit sprechen für sich. Die erfolgreiche Zusammenarbeit von Migros und Cembra zeichnet sich auch dadurch aus, dass beide Unternehmen neue Ideen einbringen und den Mut haben, etwas Neues auszuprobieren. Nur so können wir Innovationen auf den Markt bringen. Dabei folgen wir beide aber nicht jedem Trend. Eine Innovation muss stets einen Kundennutzen haben.

Welche Werte verbinden die Migros und Cembra Money Bank?

Vertrauen und Zuverlässigkeit habe ich bereits erwähnt. Weiter nehme ich Cembra als sehr engagiert wahr. Kundenorientierung steht nicht nur auf dem Papier, sondern wird von engagierten Mitarbeitenden aktiv gelebt. Sowohl die Migros als auch Cembra geben sich nicht mit der ersten Lösung zufrieden. Beide Seiten wollen den gemeinsamen Kunden das beste Produkt und zuverlässigen Service bieten. Dieser Anspruch spornt uns auch in einer langjährigen und sehr erfolgreichen Zusammenarbeit immer wieder zu Höchstleistungen an.



Cornelia Wiederkehr ist Leiterin der Cumulus-Programmführung beim Migros-Genossenschafts-Bund. Sie ist verantwortlich für den Betrieb und die Weiterentwicklung des beliebtesten Kundenbindungsprogramms der Schweiz. Cembra Money Bank ist die Herausgeberin der Cumulus-Mastercard seit ihrer Einführung im November 2006.

Erfolgsrechnung

(in Millionen CHF)	2017	2016	Ver- änderung	in %
Zinsertrag	308.3	324.3	-16.0	-5%
Zinsaufwand	-24.7	-26.5	- 1.8	-7%
Zinserfolg	283.6	297.7	-14.1	-5%
Ertrag aus Kommissionen und Gebühren	112.7	96.3	16.4	17%
Nettoertrag	396.3	394.0	2.3	1%
Wertberichtigungen für Verluste	-45.1	-44.6	0.5	1%
Personalaufwand	-99.9	-100.4	- 0.5	0%
Sachaufwand	-68.0	-67.1	0.9	1%
Total Geschäftsaufwand	-167.9	-167.5	0.4	0%
Ergebnis vor Steuern	183.3	181.9	1.4	1%
Ertragssteueraufwand	-38.8	-38.2	0.6	2%
Reingewinn	144.5	143.7	0.8	1%
Ergebnis pro Aktie (in CHF)				
Unverwässert	5.13	5.10	0.03	1%
Verwässert	5.12	5.09	0.03	1%

Bilanz

(in Millionen CHF)	2017	2016	Ver- änderung	in %
Aktiven				
Flüssige Mittel und Forderungen gegenüber Banken	418	669	-251	-38%
Forderungen gegenüber Kunden, netto	4'562	4'073	489	12%
Finanzanlagen	12	12	0	0%
Sachanlagen, netto	6	5	1	18%
Immaterielle Werte, netto	26	23	3	13%
Goodwill	15	-	15	-
Sonstige Aktiven	58	67	-9	-14%
Latente Steuerguthaben	3	8	-5	-61%
Total Aktiven	5'099	4'857	242	5%
Passiven				
Kundeneinlagen	2'627	2'355	272	12%
Rechnungsabgrenzungen und andere Passiven	144	92	53	57%
Kurzfristige Verbindlichkeiten	100	450	-350	-78%
Langfristige Verbindlichkeiten	1'321	1'070	252	24%
Sonstige Passiven	21	43	-21	-50%
Total Verbindlichkeiten	4'214	4'009	205	5%
Aktienkapital	30	30	-	0%
Kapitalreserven	295	391	-96	-25%
Eigene Aktien	-101	-100	-1	1%
Bilanzgewinn	677	561	116	21%
Kumulierte erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderung	-16	-34	18	-54%
Total Eigenkapital	885	848	37	4%
Total Passiven	5'099	4'857	242	5%

Kontakte

Investor Relations

E-mail: investor.relations@cembra.ch

Telefon: + 41 (0)44 439 8572

Media Relations

E-Mail: media@cembra.ch

Telefon: + 41 (0)44 439 8512

Cembra Money Bank AG

Bändliweg 20

8048 Zürich, Schweiz

Herausgeber: Cembra Money Bank AG

Design & Konzept: schneiterpartner AG

Fotografie: Gian Marco Castelberg, Frank Schwarzbach

Produktion & Druck: Linkgroup AG



klimaneutral

powered by ClimatePartner^o

Druckprodukt | ID 11665-1801-1008