

Lagebericht

8	Lagebericht
9	Bedeutende Entwicklungen
10	Wirtschaftliches Umfeld
11	Produktmärkte
12	Bilanzanalyse
14	Analyse der Erfolgsrechnung
18	Strategie
18	Ausblick

Bedeutende Entwicklungen

Am 8. Januar 2021 wurde Holger Laubenthal per 1. März 2021 zum neuen CEO von Cembra ernannt. Er trat dabei die Nachfolge von Robert Oudmayer an, der als CEO zurücktrat.

Im April 2021 führten Cembra und IKEA Schweiz die IKEA Family Credit Card ein. Die Lancierung der gemeinsamen Kreditkarte war der erste Schritt in dieser Zusammenarbeit, bei der den Kundinnen und Kunden von IKEA Schweiz weitere Cembra Produkte und Services angeboten werden sollen.

Am 22. April 2021 hielt Cembra ihre achte Generalversammlung als SIX-kotierte Gesellschaft in Zürich ab. Die folgenden Mitglieder des Verwaltungsrats wurden für eine weitere Amtsdauer von einem Jahr wiedergewählt: Felix Weber (Präsident), Urs Baumann, Thomas Buess, Denis Hall und Monica Mächler. Katrina Machin stand nicht zur Wiederwahl zur Verfügung. Martin Blessing und Susanne Klöss-Braekler wurden neu in den Verwaltungsrat gewählt.

Am 23. August 2021 gaben wir bekannt, dass Cembra und Migros nach einer 15-jährigen Partnerschaft im Juni 2022 ihre Zusammenarbeit für die Kreditkarte Cumulus-Mastercard beenden werden. Der Migros-Genossenschafts-Bund hatte sich aus strategischen Gründen entschieden, künftig eine eigene Kreditkarte mit einem anderen Partner auszugeben. Ab Mitte 2022 wird Cembra ein innovatives und attraktives Ersatzprodukt für die über 850'000 ausgegebenen Cumulus-Mastercard-Kreditkarten anbieten.

An ihrem Investor Day am 7. Dezember 2021 stellte Cembra ihre aktualisierte Strategie für 2022-2026 vor. Gestützt auf ihre Stärken – die bewährte Credit Factory, einen Kundenstamm von über einer Million Kunden in der Schweiz und jahrzehntelange Erfahrung im Kreditgeschäft für Privatkunden – hat Cembra vier Programme definiert, um ihre strategischen und finanziellen Ziele zu erreichen: 1) Operational Excellence: radikale Vereinfachung und technologischer Wandel; 2) Business Acceleration: verbesserte Kundenangebote und grössere Marktreichweite; 3) Neue Wachstumsmöglichkeiten: «Buy Now, Pay Later» als attraktives neues Geschäftsfeld und 4) Kultureller Wandel: hin zu einer agilen, lernorientierten und kollaborativen Organisation.

Im Rahmen der aktualisierten Strategie bündelt Cembra ihre Kundeneinheiten in der neu geschaffenen Division Sales and Distribution. Peter Schnellmann, der bereits von 2009 bis 2018 in führenden Positionen für Cembra tätig war, wurde per 1. Januar 2022 zum Chief Sales and Distribution Officer und Mitglied der Geschäftsleitung ernannt. Die Mitglieder der Geschäftsleitung Daniel Frei, Managing Director B2C, und Jörg Fohringer, Managing Director B2B, haben sich entschieden, das Unternehmen per Ende 2021 zu verlassen.

Wirtschaftliches Umfeld

Cembra ist ausschliesslich in der Schweiz tätig, und die finanzielle Entwicklung wird stark durch gesamtwirtschaftliche Faktoren wie Bruttoinlandsprodukt, Arbeitslosenquote und Zinsniveau beeinflusst. Die Gruppe hält nur geringe Positionen in Fremdwährungen.

Bruttoinlandsprodukt der Schweiz

Die Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts (BIP) ist ein Schlüsselindikator für den Konzern. Das Schweizer BIP stieg 2021 um 3.3% an, nach einem Rückgang von 2.5% im Jahr 2020. Der Konsum der privaten Haushalte erhöhte sich im Jahr 2021 um 2.6% (2020: -3.7%).

Zinssätze

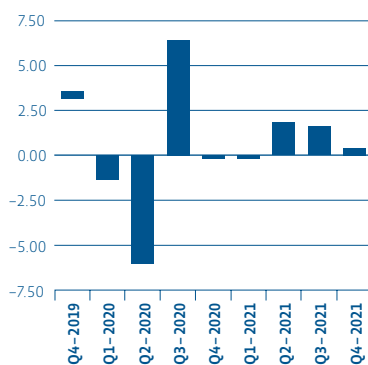
Die Zinssätze sind ein wichtiger Indikator für die Refinanzierung der Gruppe. Im Jahr 2021 stieg die Zinskurve des Schweizer Frankens bei den längeren Laufzeiten um 30-40 Basispunkte an. Hauptgründe für den Zinsanstieg waren die rasche und robuste Konjunkturerholung, die durch umfangreiche Fiskalpakete angetrieben wurde, und der weltweit steigende Inflationsdruck. Die Schweizerische Nationalbank (SNB) hat im Gegensatz zu anderen Zentralbanken, die mit der Verkleinerung ihrer Bilanz begonnen und Zinserhöhungen angekündigt haben, noch nicht mit dem Abbau der Bilanz begonnen. Die Schweizerische Nationalbank hielt den Zinssatz für Sichtguthaben mit -0.75% stabil.

Arbeitslosenquote

Die Arbeitslosenquote dient als wichtiger Indikator für das Kreditrisikoprofil der Kunden der Gruppe. Die durchschnittliche Arbeitslosenquote in der Schweiz nahm im Dezember 2021 auf 2.6% ab (Dezember 2020: 3.5%). Die durchschnittliche Arbeitslosenquote im Jahr 2021 lag bei 3.0% (2020: 3.1%).

Bruttoinlandsprodukt (BIP)

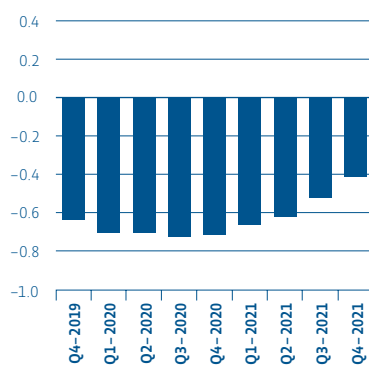
Veränderung gegenüber Vorquartal (in %)



Quelle: SECO

CHF-Swapsatz 3 Jahre

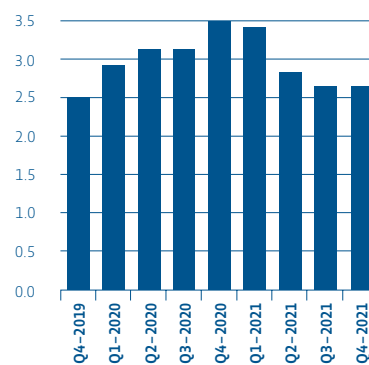
in %



Quelle: Bloomberg

Arbeitslosenquote Schweiz

in %



Quelle: SECO

Produktmärkte

Konsumkreditmarkt

Im Jahr 2021 verzeichnete der Schweizer Konsumkreditmarkt einen weiteren Rückgang. Gemäss der Zentralstelle für Kreditinformation (ZEK) sanken die ausstehenden Vermögenswerte im Schweizer Konsumentenkreditmarkt leicht um 0.2%, von CHF 7'854 Milliarden am 31. Dezember 2020 auf CHF 7'840 Milliarden am 31. Dezember 2021. Die Anzahl der ausstehenden Kreditverträge sank um 3% von 360'000 im Jahr 2020 auf 348'000 im Jahr 2021. In einem wettbewerbsintensiven Umfeld hatte die Gruppe einen geschätzten Marktanteil von rund 41% der ausstehenden Konsumentenkredite.

Fahrzeugmarkt

Der Schweizer Automobilmarkt erholte sich im Berichtszeitraum leicht, mit einigen Covid-19-bedingten Auswirkungen auf die Vertriebsnetze und einer geringeren Verfügbarkeit von Neuwagen. Laut der Statistik von "auto-schweiz" (Vereinigung der offiziellen Automobil-Importeure) wurden 2021 rund 238'000 Neuwagen zugelassen, was einer Zunahme von 1% gegenüber 2020 entspricht. Insgesamt wurden laut auto-i-dat AG (Anbieter von Automobilmarktdaten) in der Schweiz 785'000 Gebrauchtwagen verkauft. Dies entspricht einem Anstieg von 1% gegenüber 2020 (775'000). Die Gruppe schätzt ihren Marktanteil per Dezember 2021 im Fahrzeugleasing auf rund 21% des gesamten ausstehenden Leasingvolumens.

Kreditkartenmarkt

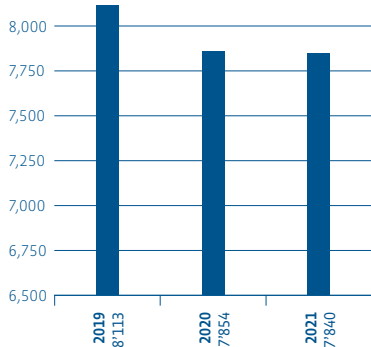
Der Wachstumstrend auf dem Kreditkartenmarkt hielt auch 2021 an. Gemäss der Statistik der Schweizerischen Nationalbank stieg die Zahl der ausgegebenen Kreditkarten in der Schweiz um 4% auf 8.3 Millionen. Die Zahl der Transaktionen stieg 2021 um 14% auf CHF 587 Millionen gegenüber CHF 514 Millionen im Jahr 2020. Insgesamt stieg das Volumen der Kreditkartentransaktionen im Jahr 2021 um 17% auf CHF 46.3 Milliarden. Das Kreditkartengeschäft der Gruppe wuchs im Gleichschritt mit dem Markt, wobei sich die Anzahl der Karten um rund 38'000 oder 4% auf rund 1'068'000 im Vergleich zum Jahresende 2020 erhöhte. Der Marktanteil der Gruppe, basierend auf der Anzahl der sich im Umlauf befindlichen Kreditkarten, lag 2021 bei 13%, und der Anteil der Transaktionen, die über Nahfeldkommunikation (NFC) abgewickelt wurden, belief sich auf 20%.

Buy Now Pay Later-Markt

Der E-Commerce-Umsatz in der Schweiz stieg um 15% auf schätzungsweise CHF 15 Milliarden im Jahr 2021, wovon "Buy Now Pay Later" (BNPL) 8-11% des gesamten E-Commerce-Umsatzes ausmachen. Über ihre Tochtergesellschaft Swissbilling hält Cembra einen Anteil von 10-20% am BNPL-Markt. Das E-Commerce (Online)-Volumen von Swissbilling wuchs 2021 um 46%. Dies war auf die Gewinnung neuer Partner und die Auswirkungen der Covid-19-Beschränkungen auf das Verbraucherverhalten zurückzuführen, da mehr Menschen online einkauften. Die Zahl der akzeptierten Transaktionen bei Swissbilling lag 2021 bei 726'000, was einer Zunahme von +23% gegenüber 2020 entspricht.

Schweizer Konsumkreditmarkt

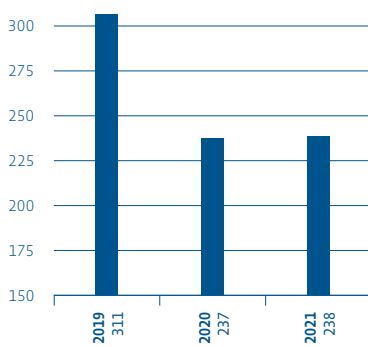
in Millionen CHF



Quelle: ZEK

Neuzulassungen von Personenwagen

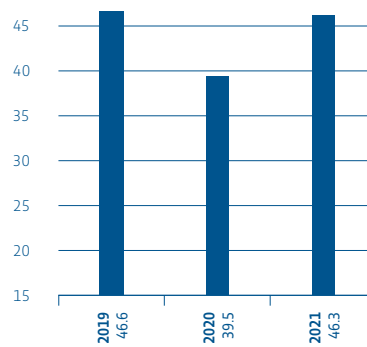
in 1'000



Quelle: auto-schweiz

Transaktionsvolumen Kreditkarten

in Milliarden CHF



Quelle: SNB

Bilanzanalyse

Per 31. Dezember (in Millionen CHF)	2021	2020	Veränderung	in %
Aktiven				
Flüssige Mittel und Forderungen gegenüber Banken	545	599	-54	-9
Forderungen gegenüber Kunden, netto	6'207	6'293	-86	-1
Privatkredite	2'292	2'408	-116	-5
Fahrzeugfinanzierungen	2'820	2'853	-33	-1
Kreditkarten	1'030	970	60	6
Übrige	65	62	3	5
Sonstige Aktiven	344	353	-9	-3
Total Aktiven	7'095	7'244	-149	-2
Passiven				
Kundeneinlagen, kurz- und langfristige Verbindlichkeiten	5'691	5'840	-148	-3
Kundeneinlagen	3'199	3'275	-75	-2
Kurz- und langfristige Verbindlichkeiten	2'492	2'565	-73	-3
Sonstige Passiven	204	278	-74	-27
Total Verbindlichkeiten	5'895	6'117	-222	-4
Eigenkapital der Aktionäre	1'200	1'127	73	6
Total Passiven	7'095	7'244	-149	-2

Die Nettoforderungen gegenüber Kunden beliefen sich auf CHF 6'207 Millionen. Dies entspricht einem Rückgang von 1% oder CHF 86 Millionen im Vergleich zum Jahresende 2020. Der Rückgang ist hauptsächlich durch die Covid-19-Effekte in der Schweiz getrieben.

Per Ende 2021 entfielen 37% (2020: 38%) der Nettoforderungen der Gruppe auf Privatkredite, 45% (2020: 45%) auf die Fahrzeugfinanzierung und 17% (2020: 15%) auf das Kreditkartengeschäft.

Per 31. Dezember 2021 betragen die Kundenforderungen im Bereich Privatkredite CHF 2'292 Millionen und entsprechen einem Rückgang von 5% gegenüber dem Jahresende 2020. Dieser Rückgang wurde vor allem durch die geringere Nachfrage während der Covid-19-Pandemie verursacht. Der Bereich Fahrzeugfinanzierung reduzierte die Forderungen gegenüber Kunden um 1% auf CHF 2'820 Millionen gegenüber CHF 2'853 Millionen per Ende 2020. Im Bereich Kreditkarten erhöhten sich die Nettoforderungen gegenüber Kunden um 6% von CHF 970 Millionen auf CHF 1'030 Millionen. Die übrigen Nettoforderungen gegenüber Kunden von CHF 65 Millionen (2020: CHF 62 Millionen) beinhalten das wachsende Geschäft von Swissbilling.

Refinanzierung

Die Gruppe behält im Jahr 2021 eine diversifizierte Refinanzierung bei. Die Kundeneinlagen verringerten sich von CHF 3,275 Millionen per 31. Dezember 2020 auf CHF 3'199 Millionen per 31. Dezember 2021, primär getrieben durch den Rückgang der Einlagen institutioneller Kunden. Die kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten (ohne Einlagen) der Gruppe reduzierten sich um 3% von CHF 2'565 Millionen per 31. Dezember 2020 auf CHF 2'492 Millionen per 31. Dezember 2021. Im Oktober 2021 hat die Gruppe eine A-bewertete, unbesicherte Anleihe in Höhe von CHF 200 Millionen emittiert.

Lagebericht

Eigenkapital

Das Eigenkapital erhöhte sich um CHF 73 Millionen von CHF 1'127 Millionen auf CHF 1'200 Millionen per Jahresende 2021. Der Anstieg war im Wesentlichen auf den erzielten Reingewinn von CHF 161.5 Millionen zurückzuführen. Der Anstieg wurde teilweise durch die Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2020 in Höhe von CHF 110 Millionen im April 2021 reduziert.

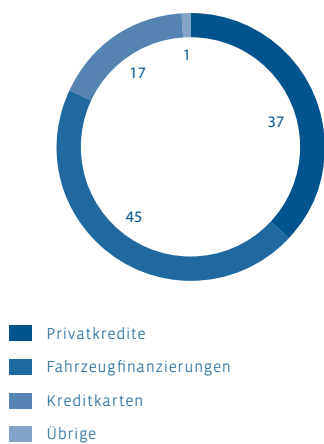
Eigenmittel

Per 31. Dezember (in Millionen CHF)	2021	2020	Veränderung	in %
Risikogewichtete Positionen	5'600	5'662	- 62	- 1
Kernkapital (Tier 1)	1'057	1'000	56	6
Kernkapitalquote	18.9%	17.7%		

Die risikogewichteten Aktiven verringerten sich um 1% auf CHF 5'600 Millionen zum 31. Dezember 2021, verglichen mit CHF 5'662 Millionen per 31. Dezember 2020. Dieser Rückgang stimmt im Wesentlichen mit der Entwicklung der Nettoforderungen gegenüber Kunden überein. Das Kernkapital erhöhte sich um CHF 56 Millionen oder 6% auf CHF 1'057 Millionen, hauptsächlich aufgrund des statutarischen Gewinns im Jahr 2021, bereinigt um die erwartete zukünftige Dividendenzahlung. Dies führte zu einer Tier 1-Kernkapitalquote von 18.9% zum 31. Dezember 2021, die deutlich über der regulatorischen Anforderung von 11.2% liegt.

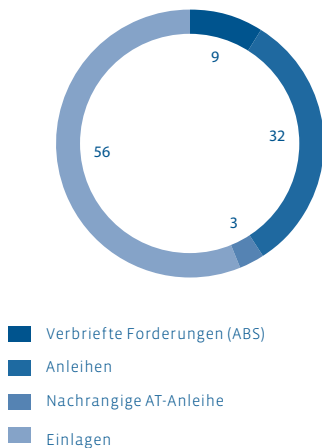
Nettoforderungen gegenüber Kunden

in %



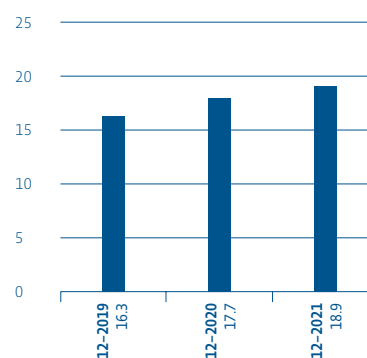
Refinanzierungsstruktur

in %



Tier 1-Kapitalquote

in %

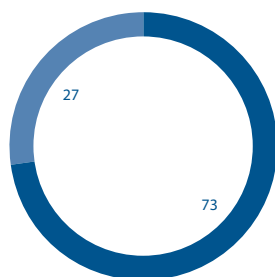


Analyse der Erfolgsrechnung

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2021	2020	Veränderung	in %
Zinsertrag	382.7	401.8	-19.1	-5
Zinsaufwand	-26.0	-26.9	-0.8	-3
Zinserfolg	356.7	375.0	-18.3	-5
Ertrag aus Kommissionen und Gebühren	130.3	122.3	8.1	7
Nettoertrag	487.0	497.2	-10.2	-2
Wertberichtigungen für Verluste	-40.3	-56.4	-16.1	-29
Personalaufwand	-132.2	-129.5	2.7	2
Sachaufwand	-114.0	-117.9	-3.8	-3
Total Geschäftsaufwand	-246.3	-247.4	-1.2	-0
Ergebnis vor Steuern	200.5	193.4	7.1	4
Ertragssteueraufwand	-39.0	-40.5	-1.5	-4
Reingewinn	161.5	152.9	8.6	6
Sonstige erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	22.2	-5.2	-27.4	n/a
Gesamtergebnis	183.7	147.7	36.0	24

Nettoertrag

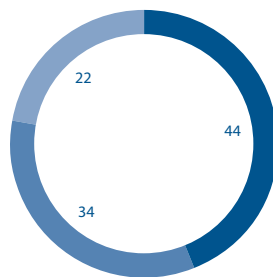
in %



- Zinserfolg
- Kommissionen und Gebühren

Zinsertrag

in % (ohne Position «Übrige»)



- Privatkredite
- Fahrzeugfinanzierungen
- Kreditkarten

Zinsertrag

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2021	2020	Veränderung	in %
Privatkredite	169.4	190.7	-21.3	-11
Fahrzeugfinanzierungen	130.1	129.4	0.7	1
Kreditkarten	84.5	83.6	0.8	1
Übrige	-1.2	-1.9	-0.6	-33
Total	382.7	401.8	-19.1	-5

Der Anteil am Zinsertrag aus Privatkrediten (ohne übrige Zinserträge) reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr auf 44% in 2021, von 47% in 2020. Der relative Beitrag aus der Fahrzeugfinanzierung stieg von 32% auf 34%, während sich der Beitrag aus dem Kreditkartengeschäft von 21% auf 22% erhöhte.

Der gesamte Zinsertrag nahm um 5%, oder CHF 19.1 Millionen, auf CHF 382.7 Millionen im Jahr 2021 ab.

Der Zinsertrag aus Privatkrediten verringerte sich um CHF 21.3 Millionen, oder 11%, auf CHF 169.4 Millionen, hauptsächlich aufgrund der tieferen Forderungsbasis. Die Rendite sank im Berichtszeitraum von 7.4% auf 7.0%. Die Zinserträge im Bereich Fahrzeugfinanzierungen stiegen 2021 um CHF 0.7 Millionen auf CHF 130.1 Millionen an. Die Rendite erhöhte sich leicht auf 4.6% (2020: 4.5%) aufgrund einer Veränderung in der vorschüssigen Zinsmethodik. Der Zinsertrag aus Kreditkarten stieg 2021 leicht um CHF 0.8 Millionen, oder 1%, auf CHF 84.5 Millionen. Die Rendite belief sich auf 8.4% (2020: 8.3%). Der übrige Zinsertrag enthielt einen Aufwand von CHF 1.2 Millionen aufgrund von Negativzinsen für die bei der Schweizerischen Nationalbank und anderen Institutionen gehaltenen Barmittel.

Refinanzierungskosten

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2021	2020	Veränderung	in %
Zinsaufwand für verbriefte Forderungen (ABS)	1.3	1.5	-0.1	-10
Zinsaufwand für Einlagen	12.7	13.1	-0.4	-3
Zinsaufwand für Darlehen	12.0	12.3	-0.3	-2
Total	26.0	26.9	-0.8	-3

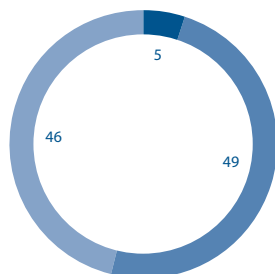
Die Refinanzierungskosten der Gruppe verringerten sich um CHF 0.8 Millionen, oder 3%, auf CHF 26.0 Millionen im Jahr 2021. Die Zinsaufwendungen für verbriefte Forderungen (ABS) aus Fahrzeugfinanzierungen reduzierten sich um 10% auf CHF 1.3 Millionen. Der Zinsaufwand für Einlagen nahm um 3% auf CHF 12.7 Millionen ab. Der Zinsaufwand für Darlehen blieb mit CHF 12.0 Millionen stabil.

Ertrag aus Kommissionen und Gebühren

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2021	2020	Veränderung	in %
Versicherungen	23.0	24.0	-1.0	-4
Kreditkarten	80.4	71.4	9.0	13
Kredite und Finanzierungsleasing	14.6	15.7	-1.1	-7
Übrige	12.3	11.2	1.1	10
Total	130.3	122.3	8.1	7

Refinanzierungskosten

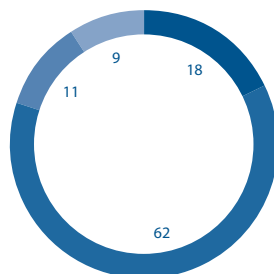
in %



- Verbriefte Forderungen (ABS)
- Einlagen
- Darlehen

Ertrag aus Kommissionen und Gebühren

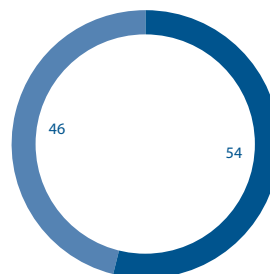
in %



- Versicherungen
- Kreditkarten
- Kredite und Finanzierungsleasing
- Übrige

Geschäftsaufwand

in %



- Personalaufwand
- Sachaufwand

Der Ertrag aus Kommissionen und Gebühren der Gruppe erhöhte sich um CHF 8.1 Millionen, oder 7%, von CHF 122.3 Millionen auf CHF 130.3 Millionen. Der Anstieg war hauptsächlich durch eine teilweise Erholung der Erträge aus Kreditkartengebühren im Berichtszeitraum begründet.

Die Einnahmen aus dem Versicherungsgeschäft, mehrheitlich Erträge aus dem Verkauf von Kreditversicherungsprodukten, nahm um CHF 1.0 Millionen, oder 4%, auf CHF 23.0 Millionen ab. Die Abnahme des Ertrags aus Krediten und Finanzierungsleasing um 7% auf CHF 14.6 Millionen ist im Wesentlichen auf tiefere Mahngebühren zurückzuführen. «Übrige» Gebührenerträge stiegen um CHF 1.1 Millionen auf CHF 12.3 Millionen hauptsächlich aufgrund von Kommissions-einnahmen aus dem Swissbilling-Geschäft.

Wertberichtigungen für Verluste

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2021	2020	Veränderung	in %
Wertberichtigungen für Verluste auf Privatkrediten	18.4	32.2	- 13.8	- 43
Wertberichtigungen für Verluste auf Fahrzeugfinanzierungen	12.5	14.9	- 2.5	- 17
Wertberichtigungen für Verluste auf Kreditkarten	7.5	7.6	- 0.1	- 1
Wertberichtigungen für Verluste übrige	1.9	1.7	0.2	13
Total	40.3	56.4	- 16.1	- 29

Die Wertberichtigungen für Verluste auf Forderungen gegenüber Kunden nahmen um CHF 16.1 Millionen, oder 29%, auf CHF 40.3 Millionen im Jahr 2021 ab, verglichen mit CHF 56.4 Millionen in 2020. Die Wertberichtigungen auf Privatkredite reduzierten sich um CHF 13.8 Millionen auf CHF 18.4 Millionen, hauptsächlich aufgrund eines Einmaleffekts wegen dem Verkauf eines bereits abgeschrieben Forderungsbestands an eine Drittpartei (siehe Consolidated Financial Statements Seite 133). Im Bereich der Fahrzeugfinanzierungen nahmen die Wertberichtigungen um CHF 2.5 Millionen auf CHF 12.5 Millionen ab. Im Bereich Kreditkarten waren die Wertberichtigungen mit CHF 7.5 Millionen stabil.

Berichtigt um den oben erwähnten Einmaleffekt, lagen die gesamten Wertberichtigungen für Verluste auf Forderungen der Gruppe im Jahr 2021 bei 0.8% der Forderungen gegenüber Kunden (2020: 0.9%). Die Kennzahl für 30 Tage überfällige Zahlungen liegt bei 1.6% zum 31. Dezember 2021 und entspricht einem verbesserten Wert gegenüber den Vorjahren. Notleidende Kredite machten 0.6% der gesamten Kredite aus (2020: 0.7%).

Lagebericht

Personalaufwand

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2021	2020	Veränderung	in %
Personalaufwand	132.2	129.5	2.7	2

Der Personalaufwand der Gruppe erhöhte sich um CHF 2.7 Millionen, oder 2%, auf CHF 132.2 Millionen. Der Anstieg des Personalaufwands ist hauptsächlich auf höhere durchschnittliche Gehälter und Einmaleffekte aufgrund organisatorischer Anpassungen zurückzuführen.

Am 31. Dezember 2021 betrug die Anzahl Mitarbeitender (Vollzeitstellen) der Gruppe 916, eine Reduktion um 12 Vollzeitstellen gegenüber 928 im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Die durchschnittliche Anzahl Vollzeitstellen belief sich im Jahr 2021 auf 922, verglichen mit 946 in der Vorjahresperiode. Der durchschnittliche Personalaufwand pro Vollzeitstelle von TCHF 143 im Jahr 2021 erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr mit TCHF 137 in Übereinstimmung mit dem Anstieg des Personalaufwands, und aufgrund der tieferen Anzahl Mitarbeitender.

Sachaufwand

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2021	2020	Veränderung	in %
Dienstleistungsaufwand	17.8	17.8	-0.0	-0
Marketing	8.1	10.9	-2.8	-26
Rechts- und Betreuungskosten	10.5	11.7	-1.1	-10
Porto und Büromaterial	10.8	10.1	0.7	7
Mietaufwand und Unterhalt	6.8	7.9	-1.1	-14
Informationstechnologie	41.4	39.1	2.3	6
Abschreibungen und Amortisationen	25.0	26.5	-1.5	-6
Sonstige	-6.5	-6.1	0.4	6
Total	114.0	117.9	-3.8	-3

Der Sachaufwand der Gruppe reduzierte sich im Jahr 2021 um CHF 3.8 Millionen, oder 3%, von CHF 117.9 Millionen auf CHF 114.0 Millionen.

Der Dienstleistungsaufwand war stabil bei CHF 17.8 Millionen im Vergleich zum Vorjahr. Die Ausgaben für Marketing verringerten sich um CHF 2.8 Millionen, oder -26%, aufgrund von Produkteinführungen in der vorgängigen Berichtsperiode. Die Rechts- und Betreuungskosten reduzierten sich um 10% auf CHF 10.5 Millionen. Der Aufwand für Porto und Büromaterialien erhöhte sich um CHF 0.7 Millionen, oder 7%, aufgrund höherer Portokosten für Kampagnen und Herstellungskosten für Kreditkarten. Die Aufwendungen für Mieten und Unterhalt verringerten sich um -11% aufgrund der Schliessung von Filialen. Die Kosten für Informationstechnologie in Höhe von CHF 41.4 Millionen stiegen um 6%; dieser Anstieg ist auf Ausgaben für Digitalisierungsprojekte einschliesslich der strategischen Investitionen in operative Programme zurückzuführen. Der Aufwand für Abschreibungen und Amortisationen reduzierte sich um 6%, mehrheitlich durch frühere Investitionen, die das Ende ihrer Lebensdauer erreichten. Die sonstigen Kosten verringerten sich um CHF 0.4 Millionen, was vor allem auf die höhere Kapitalisierung von IT-Projekten zurückzuführen ist.

Das Aufwand/Ertrags-Verhältnis belief sich auf 50.6% im Jahr 2021 gegenüber 49.8% im Jahr 2020. Der Anstieg ist primär durch die Auswirkungen von Covid-19 auf die Einnahmen getrieben.

Ertragssteuern

Die Ertragssteuern der Gruppe verringerten sich 2021 um CHF 1.5 Millionen, oder 4%, auf CHF 39.0 Millionen. Die Auswirkung des höheren Ergebnisses vor Steuern wurde durch tiefere Ertragssteuern und einen einmaligen Beteiligungsabzug auf Dividendenerträgen mehr als kompensiert. Der effektive Steuersatz beläuft sich auf 19.4%. Dies entspricht dem gesetzlichen Steuersatz, der sich aus der Kombination der schweizerischen Unternehmenssteuern auf Bundes-, Kantons- und Gemeindeebene ergibt.

Die publizierten Daten in den oben angegebenen Tabellen sind in Schweizer Franken und gerundet angegeben, weshalb Rundungsdifferenzen entstehen können.

Strategie

Im Berichtszeitraum hat Cembra vier Programme definiert, um ihre strategischen und finanziellen Ziele bis 2026 zu erreichen.

Operational Excellence: radikale Vereinfachung und technologischer Wandel

Im Rahmen des Programms «Operational Excellence» vereinfacht Cembra ihr Betriebsmodell fundamental und transformiert ihre Technologielandschaft. Ziel ist es, ein nahtloses digitales Kundenerlebnis zu schaffen und durch Standardisierung und Automatisierung deutlich effizienter zu werden. Mit all unseren Partnern konzentrieren wir uns auf integrierte und massgeschneiderte «One Stop»-Angebote.

Business Acceleration: verbesserte Kundenangebote und grössere Marktabdeckung

Im Privatkreditgeschäft differenziert Cembra ihr Angebot durch eine Zwei-Marken-Positionierung sowie digitale und flexible Lösungen. In der Fahrzeugfinanzierung liegt der Schwerpunkt auf Händlerpartnerschaften und der kontinuierlichen Verbesserung von Dienstleistungen und Prozessen. Im Kreditkartengeschäft setzt Cembra sowohl auf eine eigene Karte mit attraktiven Features, die den Konsumenten direkt angeboten wird, als auch auf langfristige Co-Branding-Partnerschaften.

Neue Wachstumschance: Buy Now Pay Later (BNPL) als attraktives neues Geschäftsfeld

Mit ihrer Tochtergesellschaft Swissbilling bedient Cembra das wachsende BNPL-Segment. Der strategische Fokus liegt dabei auf der schnellen und flexiblen Integration von Checkout-Lösungen für Händler, neuen Anwendungen und Angeboten.

Kultureller Wandel: hin zu einer agilen, lernorientierten und kollaborativen Organisation

Die Umsetzung der Strategie wird durch ein umfassendes Programm zur kulturellen Transformation unterstützt. Der Schwerpunkt liegt auf der Förderung einer kompromisslos kundenorientierten Denkweise mit interdisziplinären Teams und eigenverantwortlichen Mitarbeitenden. Das Ziel ist eine agile und lernorientierte Organisation.

Unsere Vision

Vor diesem strategischen Hintergrund hat Cembra auch ihre Unternehmensvision für die nächsten Jahre neu definiert: «Wir nutzen Technologie, um intuitive Kundenlösungen in der Konsumfinanzierung anzubieten.» Die Vision von Cembra vereint die oben beschriebenen strategischen Initiativen sowie unsere Ambitionen und Bemühungen. Sie bildet das Fundament, auf dem Cembra unternehmerische Ziele erreichen will. Ein wichtiger Teil davon wird die Unternehmenskultur sein. Dabei geht es vor allem darum, wie Menschen miteinander umgehen und wie man auf Kunden zugeht.

Ausblick

Unter der Annahme, dass die Schweizer Wirtschaft im Jahr 2022 weiter wächst, geht Cembra aus heutiger Sicht von einer robusten Geschäftsentwicklung im Jahr 2022 aus, wobei sich die Umsätze im Einklang mit der wirtschaftlichen Entwicklung erholen werden. Cembra erwartet für 2022 eine weiterhin solide Verlustquote.

Cembra strebt eine Eigenkapitalrendite von 13-14% in den Jahren 2022/2023 und von über 15% ab 2024 an, ausserdem die Auszahlung einer Dividende von mindestens CHF 3.85 für 2022 und danach steigend (auf Basis eines nachhaltigen Gewinnwachstums) sowie eine Tier 1-Kapitalquote von über 17%.