«Cembra hatte ein sehr gutes Jahr, wir haben unsere Versprechen eingelöst.»

Holger Laubenthal, CEO

Wir haben mit unserem CEO Holger Laubenthal über die Highlights und Erfolge des letzten Geschäftsjahres, über die neue Strategie der Bank und das Einlösen von Versprechen gesprochen.

Holger, was waren die wichtigsten Erfolge und Highlights des letzten Jahres?
Ende 2021 haben wir unsere neue Strategie bekannt gegeben, und mir war es sehr wichtig, dass wir 2022 die gegebenen Versprechen einlösen. Cembra hatte ein sehr gutes Jahr: Wir haben unsere neue Strategie ausgerollt, und ich bin sehr zufrieden mit unserem bisherigen Erfolg. Zu den Highlights gehörten natürlich die Einführung der Certo! Kreditkartenfamilie und der neuen Cembra App. Die Erwartungen sowohl innerhalb als auch ausserhalb des Unternehmens waren bei beiden Produkten sehr hoch, und es ist grossartig zu sehen, welche Fortschritte wir gemacht und wie gut wir als Team geliefert haben. Zudem haben wir neue Partnerschaften aufgebaut und die bestehenden gestärkt. Das ist wichtig, weil diese Partnerschaften mit zu den Grundlagen unseres Unternehmenserfolgs gehören. Im letzten Herbst konnten wir mit der erfolgreichen Übernahme von Byjuno unsere Präsenz ausbauen und uns als eine der führenden Akteurinnen im «Buy Now Pay Later»-Geschäft in der Schweiz etablieren. Wir erhielten auch externe Anerkennung im Bereich ESG, dank unserer Fortschritte in Sachen Nachhaltigkeit, und wir sind mit unserer kulturellen Transformation ein gutes Stück vorangekommen.

Kannst du uns einen Überblick über die Ergebnisse für 2022 geben?
2022 war ein erfolgreiches Jahr für Cembra. Wir sind in einem herausfordernden Umfeld in allen Geschäftsfeldern profitabel gewachsen. Das zeigt, dass unsere Finanzierungslösungen attraktiv sind und von unseren Kund:innen geschätzt werden. Unser Reingewinn und der Nettoertrag stiegen, ebenso der Ertrag aus Kommissionen und Gebühren, und unsere Wertberichtigungen blieben sehr robust.

Kannst du uns mehr über die strategischen Zielsetzungen der Bank erzählen sowie darüber, welche Fortschritte in dieser Hinsicht erreicht wurden?
Wir hatten uns für das letzte Jahr einige ehrgeizige Projekte vorgenommen und haben in wichtigen Bereichen gute Fortschritte gemacht. Was unser strategisches Programm Operational Excellence angeht, haben wir unser Datencenter umgesiedelt. Zudem haben wir damit begonnen, unsere IT-Systeme zu konsolidieren, und die Grundlagen für unsere cloudbasierte Infrastruktur gelegt. Im Bereich Business Acceleration haben wir dank einer fantastischen Zusammenarbeit unserer Sales-Teams in all unseren Geschäftsbereichen ein organisches Wachstum erzielt. Wir haben auch den ersten Meilenstein in der Entwicklung unserer neuen Service-Plattform für das Leasinggeschäft erreicht, die 2023 an den Start gehen soll. Im Bereich New Growth haben wir bei Buy Now Pay Later und Embedded Finance ein starkes Ergebnis erzielt, und wir freuen uns, das Team von Byjuno in unserer Bank begrüssen zu dürfen. Im Rahmen unserer kulturellen Transformation haben wir die kundenzentrierte Denkweise in unseren Teams deutlich gestärkt, und wir haben einige Veränderungen vorgenommen, um funktionsübergreifend besser zusammenzuarbeiten.

«Wir wollen, dass unsere Teams Spass an ihrer Arbeit haben, und so die besten Ergebnisse für unsere Kundinnen und Kunden erzielen.»

Was sind die Ziele der kulturellen Transformation und was macht Cembra zu einer attraktiven Arbeitgeberin?
Wir wollen ein Unternehmen werden, das mehr Wert auf Lernen und Zusammenarbeit legt und das sich darauf konzentriert, die Kund:innen in den Mittelpunkt zu stellen. Im letzten Jahr haben wir in dieser Hinsicht gute Fortschritte gemacht, aber eine echte Transformation braucht Zeit, und wir haben noch einiges an Arbeit vor uns. Wir arbeiten mit all unseren Teams, um unsere neuen Werte mit Leben zu füllen. Dabei konzentrieren wir uns auf die Bereiche «Change and Learning» und «Trust and Team». Das hilft uns, allen im Unternehmen eine Stimme zu geben, im Sinne unseres Prinzips von Accountability and Empowerment. Das spiegelt sich auch in unseren Ergebnissen der «Great Place to Work»-Umfrage wider. Wir sind stolz darauf, auch 2023 wieder zertifiziert worden zu sein. Uns ist es sehr wichtig, unseren Mitarbeitenden einen attraktiven Arbeitsplatz anbieten zu können.
Wir wollen, dass unsere Teams Spass an ihrer Arbeit haben und so die besten Ergebnisse für unsere Kund:innen erzielen. Darauf werden wir uns auch in Zukunft konzentrieren.

Wie ist dein Ausblick für 2023 und darüber hinaus?
Das Marktumfeld ist weiterhin sehr dynamisch und herausfordernd, daher ist es umso wichtiger, dass wir uns ganz auf unsere Strategie konzentrieren. Wir haben 2022 gute Fortschritte erzielt. Das gibt mir Zuversicht, dass wir 2023 und darüber hinaus genau so weitermachen können. Unsere Ziele sind klar, und wir werden weiter daran arbeiten, sie zum Wohle unserer Kund:innen sowie all unserer Stakeholder zu erreichen.

2023 werden wir die Integration von Swissbilling und Byjuno weiter vorantreiben, um ein gemeinsames Unternehmen für Rechnungskauflösungen zu schaffen. Auf diese Weise werden wir unsere Kund:innen noch besser bedienen und unsere Position in der Schweiz deutlich stärken können. Wir werden unsere Kooperation mit TWINT starten. Im Rahmen unserer Roadmap werden wir zudem mit der nächsten Phase unseres Digitalisierungsprogramms beginnen, um unsere cloudbasierten Lösungen und unser neues Core-Banking-Set-up voranzubringen. Ausserdem werden wir daran arbeiten, unsere Produkte und Dienstleistungen weiter zu verbessern. Zu guter Letzt werden wir auch weiter an der Transformation unserer Unternehmenskultur arbeiten, damit wir unsere Versprechen einlösen können und Cembra auch in Zukunft eine attraktive und angenehme Arbeitgeberin bleibt.

«Im Bereich Buy Now Pay Later haben wir ein starkes Ergebnis erzielt, und wir freuen uns, das Team von Byjuno in unserer Bank begrüssen zu dürfen.»