



«Die neue Struktur wird uns helfen, unsere Kunden und Partner noch effizienter zu bedienen.»

Holger Laubenthal, CEO

CEO- Einblicke

CEO Holger Laubenthal spricht über das 10-jährige Bestehen von Cembra, die Highlights des vergangenen Jahres, unsere strategische Transformation, Kundenfokus und Chancen für die Zukunft.

Jubiläumsjahr

2023 haben wir einen wichtigen Meilenstein gefeiert: 10 Jahre Cembra als unabhängige Bank, aber mit Wurzeln, die mehr als ein Jahrhundert zurückreichen. Unsere jahrzehntelange Erfahrung sowie das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden zeugen von der Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen. Gleichzeitig spornt dies uns an, unseren Service für die Kundinnen und Kunden ständig zu verbessern.

Unser Jubiläum war für uns eine Gelegenheit, unsere Marke aufzufrischen, damit sie unsere strategische Transformation besser widerspiegelt. Unsere neue Markenpositionierung ist frischer, leichter und im Einklang mit unserem Versprechen, ansprechbar, gut zugänglich und transparent zu sein.

Transformation

Wir machen gute Fortschritte bei unserer strategischen Transformation. Wir wollen dort sein, wo unsere Kundinnen und Kunden uns brauchen – sei es online oder offline, etwa in

einer Cembra Filiale oder beim Tätigen einer Transaktion. Als Teil unserer Bestrebungen, näher an unseren Kundinnen und Kunden zu sein, erweitern wir unser Produktangebot und verbessern das Kundenerlebnis kontinuierlich.

Erfolge

Wir freuen uns über unsere soliden Ergebnisse für 2023, die unser anhaltendes profitables Wachstum widerspiegeln. Im vergangenen Jahr haben wir mit CembraPay einen der führenden Schweizer Anbieter von Rechnungskauf-Lösungen geschaffen. Wir freuen uns über die Zusammenarbeit mit TWINT und über die erfolgreiche Erweiterung unseres Portfolios an Co-Branding-Karten. Die Einführung unserer neuen IT-Plattform für unser Leasinggeschäft war erfolgreich und stellte einen wichtigen Meilenstein in unserer laufenden Transformation dar. Ich bin sehr zufrieden mit der engagierten Arbeit unserer Teams.

Sehr wichtig für mich war die erneute Anerkennung durch die Organisation Great Place to Work. Diese Auszeichnung macht uns stolz,

denn wir wollen einen attraktiven Arbeitsplatz bieten, an dem man sein Bestes geben kann und gerne Zeit mit Kolleginnen und Kollegen verbringt.

Chancen

Per Januar 2024 haben wir unsere Organisationsstruktur vereinfacht. Wir haben unsere Kernprodukte in zwei Geschäftsbereichen gebündelt: Lending, dazu gehören Fahrzeugfinanzierungen und Privatkredite, und Payments mit dem Kreditkarten- und Buy Now Pay Later-Geschäft. Diese neue schlanke und effiziente Struktur wird dazu beitragen, unsere Kundinnen und Kunden noch effizienter zu bedienen.

Im Bereich Payments liegt unser Schwerpunkt nach der erfolgreichen Migration unseres eigenen Kreditkartenportfolios Certo! nun auf Wachstum. Das Kreditkarten- und das BNPL-Geschäft ergänzen sich perfekt. Wir haben unseren Kundenstamm dank des BNPL-Geschäfts verdoppelt und wollen nun die Konsumentinnen und Konsumenten mit unserer Produktpalette noch umfassender bedienen.

Im Autogeschäft werden wir im Laufe des Jahres alle unsere Partner auf die neue Leasing-Plattform migrieren. Wir freuen uns auf die Vereinfachung und verbesserten Dienstleistungen, die diese neue Plattform mit sich bringen wird.

Kundschaft

Unsere Kundinnen und Kunden stehen im Mittelpunkt unseres Geschäfts. Ihre Bedürfnisse verändern sich laufend, und entsprechend entwickeln wir unser Portfolio und unsere Dienstleistungen weiter. Wir wissen, dass wir nicht immer alles perfekt machen, aber zentral für mich ist, dass wir unseren Kundinnen und Kunden zuhören, eine Beziehung zu ihnen aufbauen, rasch reagieren und ständig nach Verbesserungen streben.

Herausforderungen

Wir arbeiten in einem volatilen Umfeld. Glücklicherweise bietet der Schweizer Markt im Vergleich zu anderen Regionen eine gewisse Stabilität. Eine grosse Herausforderung war der rasante Anstieg der Zinssätze im vergangenen Jahr, den wir aber mit entsprechenden Preisanpassungen erfolgreich bewältigen konnten.

Unser Umfeld ist sehr dynamisch und wettbewerbsorientiert, und die Ansprüche der Konsumentinnen und Konsumenten ändern ständig. Aber wir schauen es von der positiven Seite an: Dadurch bleiben wir am Ball.

Ziele

Wir haben eine klare Strategie für den Zeitraum von 2022 bis 2026 und konzentrieren uns auf deren Umsetzung. Unser Ziel ist es, unsere Marktpräsenz auszubauen und unsere einzigartige Produktvielfalt zu nutzen, um unsere Kundinnen und Kunden umfassend und genau dort zu betreuen, wo ihre Bedürfnisse liegen. Nachhaltigkeit ist uns weiterhin ein grosses Anliegen, und wir sind stolz auf die Anerkennung, die wir von führenden ESG-Rating-Agenturen erhalten haben.

Wir wollen auch in Zukunft eine verlässliche Bank für unsere Partner und unsere Kundschaft sein, eine attraktive Arbeitgeberin sowie eine lohnende Anlage für unsere Aktionärinnen und Aktionäre.



«Wir freuen uns über unsere soliden Ergebnisse für 2023, die unser anhaltendes profitables Wachstum widerspiegeln.»

Holger Laubenthal, CEO