

Lagebericht

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

Bedeutende Entwicklungen

Am 19. April 2023 lancierte Cembra den neuen Geschäftsbereich CembraPay und bündelte darin ihre Tochtergesellschaften Swissbilling und Byjuno. Die Einführung der neuen Marke war ein weiterer Schritt im Ausbau unserer Aktivitäten im wachsenden Bereich Buy Now Pay Later (BNPL).

Am 21. April 2023 fand die Generalversammlung von Cembra in Zürich statt. Die Aktionärinnen und Aktionäre stimmten allen Anträgen des Verwaltungsrats zu. Franco Morra wurde zum Verwaltungsratspräsidenten gewählt. Er trat die Nachfolge von Felix Weber an, der sich nach zehn Jahren im Amt nicht mehr zur Wiederwahl stellte. Alle anderen Verwaltungsratsmitglieder wurden für eine weitere Amtsdauer von einem Jahr wiedergewählt: Jörg Behrens, Marc Berg, Thomas Buess, Alex Finn, Susanne Klöss-Braekler und Monica Mächler.

Am 17. August 2023 führte Cembra eine neue App-Funktion ein, die Kreditkartenkundinnen und -kunden mehr Schutz bietet. Cembra ist die erste Schweizer Bank, die eine Lösung für die integrierte digitale Abwicklung von Zahlungsrückforderungen direkt in ihrer Kreditkarten-App einführt. Damit kann die Bank ihren Kundinnen und Kunden einen einfachen und schnellen Service anbieten, der zum Verbraucherschutz bei Online-Zahlungen beiträgt.

Am 25. August 2023 gab Cembra bekannt, dass der Schweizer Zahlungsanbieter TWINT in Zusammenarbeit mit Swissbilling (Teil von CembraPay) schrittweise die neue Funktion «Später bezahlen» einführt, die das Abwickeln von Zahlungen noch flexibler macht. Nutzerinnen und Nutzer können bei bestimmten Händlern wählen, ob sie sofort oder in 30 Tagen bezahlen wollen. Damit denken TWINT und Cembra den klassischen Rechnungskauf neu.

Am 30. Oktober 2023 nahm Cembra ihr zehnjähriges Jubiläum zum Anlass, ihren Markenauftritt aufzufrischen. Im Rahmen ihrer strategischen Transformation in ein digitaleres Geschäftsmodell mit einem erweiterten Angebot wurde die Positionierung geschärft und die Marke weiterentwickelt.

Makroökonomisches Umfeld

Wir sind ausschliesslich in der Schweiz tätig, und unsere Finanzlage und unsere Erträge werden stark von inländischen makroökonomischen Faktoren beeinflusst, insbesondere vom Bruttoinlandsprodukt, der Arbeitslosenquote und den Zinssätzen. Unser Engagement in Fremdwährungen ist daher begrenzt.

Schweizer Bruttoinlandsprodukt

Das Wachstum des Bruttoinlandsprodukts (BIP) der Schweiz ist ein wichtiger Indikator für die Gruppe. Das Schweizer BIP stieg im Jahr 2023 um 1.3%, nach einem Anstieg von 2.5% im Jahr 2022. Die Konsumausgaben stiegen um 2.2% (2022: 4.0%).

Zinssätze

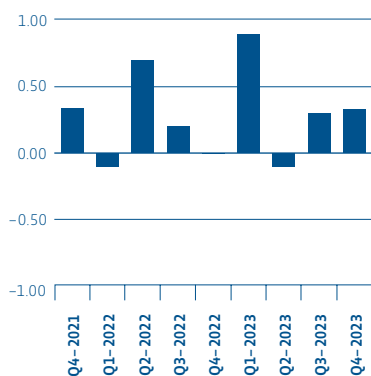
Die Zinssätze haben einen grossen Einfluss auf die Finanzierung der Gruppe. Im Jahr 2023 stiegen die Schweizerfranken-Zinsen in einem volatilen Kapitalmarktumfeld weiter an. Bis Juni 2023 wurde der Leitzins der SNB um insgesamt 2.5 Prozentpunkte auf 1.75% angehoben. Seither ist er unverändert geblieben.

Arbeitslosenzahl

Die Arbeitslosenquote dient als wichtiger Indikator für das Kreditrisikoprofil der Kunden der Gruppe. Die Arbeitslosenquote in der Schweiz stieg im Dezember 2023 auf 2.3% (Dezember 2022: 2.1%). Die durchschnittliche Arbeitslosenquote lag im Jahr 2023 bei 2.0% (2022: 2.2%).

Bruttoinlandsprodukt (BIP)

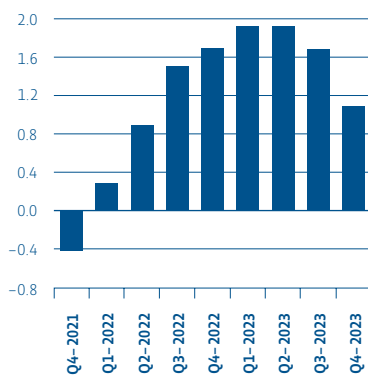
Veränderung gegenüber Vorquartal (in %)



Quelle: SECO

CHF-Swapsatz 3 Jahre

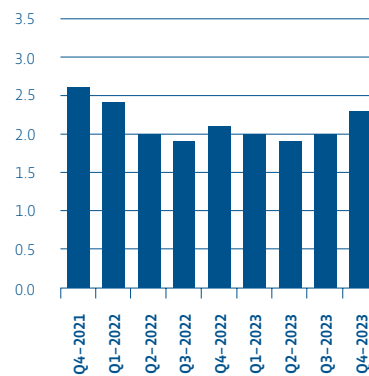
in %



Quelle: Bloomberg

Arbeitslosenquote Schweiz

in %



Quelle: SECO

Produktmärkte

Konsumkreditmarkt

Im Jahr 2023 ist der Schweizer Konsumkreditmarkt weiter gewachsen. Gemäss der Zentralstelle für Kreditinformation (ZEK) wuchs der Schweizer Konsumkreditmarkt um 8%, von CHF 8.414 Milliarden per 31. Dezember 2022 auf CHF 9.065 Milliarden ausstehende Vermögenswerte per 31. Dezember 2023. Die Zahl der ausstehenden Kreditverträge stieg um 4% auf 371'000 im Jahr 2023 gegenüber 358'000 im Jahr 2022. In einem wettbewerbsintensiven Umfeld hatte die Gruppe einen geschätzten Marktanteil von rund 38% der ausstehenden Konsumentenkredite.

Fahrzeugmarkt

Der Schweizer Automobilmarkt hat sich im Berichtszeitraum weiter erholt, vor allem dank starker Neuwagenverkäufe im Segment der Elektrofahrzeuge. Gemäss der Statistik von «auto-schweiz» (Verband der offiziellen Schweizer Automobil-Importeure) wurden im Jahr 2023 rund 252'000 Neuwagen zugelassen, was einer Zunahme von 12% gegenüber 2022 entspricht. Laut auto-i-dat AG (Anbieter von Automobilmarktdaten) wurden in der Schweiz insgesamt 684'000 Gebrauchtwagen verkauft; dies entspricht einem Rückgang von 4% gegenüber 2022 (712'000). Die Gruppe schätzt, dass ihr Marktanteil im Dezember 2023 etwa 20% der gesamten ausstehenden Leasingaktiva beträgt.

Kreditkartenmarkt

Im Jahr 2023 blieb die Zahl der in der Schweiz ausgegebenen Kreditkarten laut der Statistik der Schweizerischen Nationalbank mit 8.5 Millionen unverändert. Die Zahl der Transaktionen stieg 2023 um 7% auf 735 Millionen (2022: 684 Millionen), und das Volumen der Kreditkartentransaktionen erhöhte sich 2023 um 3% auf CHF 56 Milliarden.

Die Anzahl der Karten der Gruppe sank im Vergleich zum Jahresende 2022 um rund 24'000 oder 2% auf rund 1'027'000. Der Marktanteil der Gruppe, gemessen an der Anzahl der im Umlauf befindlichen Kreditkarten, blieb 2023 stabil bei 12%, und der Anteil der über Near Field Communications (NFC) abgewickelten Transaktionen betrug 17%.

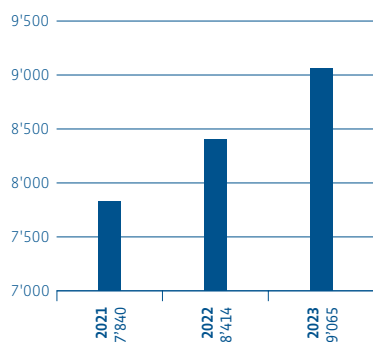
Buy Now Pay Later-Markt

Der E-Commerce-Umsatz in der Schweiz wird für das Jahr 2023 auf CHF 15 Milliarden geschätzt, wobei «Buy Now Pay Later» (BNPL) 8 – 11% des gesamten E-Commerce-Umsatzes ausmacht.

Cembra hat über ihre Tochtergesellschaften CembraPay und Swissbilling einen Marktanteil von 30 – 40% am BNPL-Markt. Das E-Commerce (Online-)Volumen hat sich 2023 mehr als verdoppelt, und das Rechnungsvolumen stieg um 88% auf CHF 898 Millionen, getrieben durch das Wachstum der beiden Tochtergesellschaften sowie durch die Konsolidierung von Byjuno seit November 2022.

Schweizer Konsumkreditmarkt

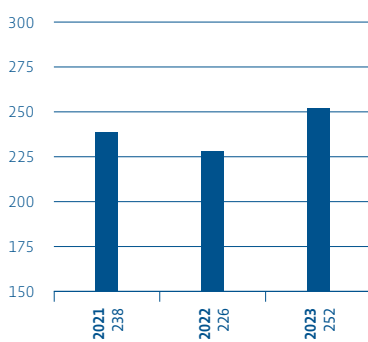
in Millionen CHF



Source: ZEK

Neuzulassungen von Personenwagen

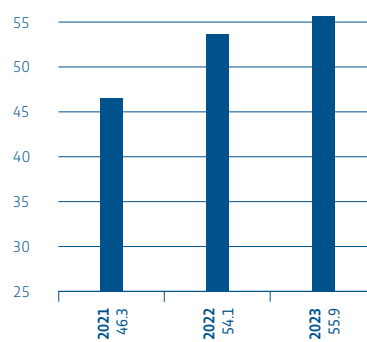
in 1'000



Source: auto-schweiz

Transaktionsvolumen Kreditkarten

in Milliarden CHF



Source: SNB

Bilanzanalyse

Per 31. Dezember (in Millionen CHF)	2023	2022	Veränderung	in %
Aktiven				
Flüssige Mittel und Forderungen gegenüber Banken	922	633	289	46
Forderungen gegenüber Kunden, netto	6'687	6'520	167	3
Privatkredite	2'370	2'387	-16	-1
Fahrzeugfinanzierungen	3'147	2'975	172	6
Kreditkarten	1'028	1'045	-17	-2
BNPL	141	114	28	25
Finanzanlagen	98	97	1	1
Sonstige Aktiven ¹	381	374	7	2
Total Aktiven¹	8'088	7'624	464	6
Passiven				
Kundeneinlagen, kurz- und langfristige Verbindlichkeiten	6'595	6'126	469	8
Kundeneinlagen	3'497	3'513	-16	-0
Kurz- und langfristige Verbindlichkeiten	3'098	2'613	485	19
Sonstige Passiven ¹	244	223	20	9
Total Verbindlichkeiten¹	6'838	6'349	489	8
Eigenkapital der Aktionäre	1'250	1'274	-25	-2
Total Passiven¹	8'088	7'624	464	6

¹ Im Jahr 2023 entschied sich die Gruppe die Mehrwertsteuer auf Nettobasis darzustellen und aktualisierte die Zahlen für das Geschäftsjahr 2022 rückwirkend. Siehe konsolidierte Jahresrechnung 2023, Anhang 9. Sonstige Aktiven

Die Nettoforderungen gegenüber Kunden beliefen sich auf CHF 6'687 Millionen, was einem Anstieg von 3% oder CHF 167 Millionen gegenüber dem Jahresende 2022 entspricht. Der Anstieg ist hauptsächlich auf das anhaltende Wachstum im Fahrzeugfinanzierungsgeschäft zurückzuführen, das durch höhere Wertberichtigungen im Zusammenhang mit der Einführung des CECL-Rechnungslegungsstandards teilweise ausgeglichen wurde (siehe Anmerkungen 2 und 4 im konsolidierten Finanzbericht).

Ende 2023 entfielen 36% (2022: 37%) der Nettoforderungen gegenüber Kunden der Gruppe auf Privatkredite, 47% (2022: 45%) auf Fahrzeugfinanzierungen, 15% (2022: 16%) auf das Kreditkartengeschäft und 2% (2022: 2%) auf das BNPL-Geschäft.

Am 31. Dezember 2023 beliefen sich die Nettoforderungen aus Privatkrediten auf CHF 2'370 Millionen, 1% weniger als Ende 2022. Die Forderungen im Bereich Fahrzeugfinanzierung stiegen um 6% auf CHF 3'147 Millionen, gegenüber CHF 2'975 Millionen Ende 2022. Die Nettoforderungen bei den Kreditkarten verringerten sich um 2% von CHF 1'045 Millionen auf CHF 1'028 Millionen. Die Nettoforderungen im Bereich BNPL stiegen um 25% auf CHF 141 Millionen (2022: CHF 114 Millionen).

Finanzierung

Die Gruppe hat ihre Finanzierung im Jahr 2023 weiter diversifiziert. Die Kundeneinlagen verringerten sich von CHF 3'513 Millionen am 31. Dezember 2022 auf CHF 3'497 Millionen am 31. Dezember 2023, was auf einen Rückgang der institutionellen Einlagenbasis um 10% und einen Anstieg der Einlagenbasis von Privatkunden um 17% zurückzuführen ist. Die kurz- und langfristigen Verbindlichkeiten (ohne Einlagen) der Gruppe stiegen um 19% von CHF 2'613 Millionen am 31. Dezember 2022 auf CHF 3'098 Millionen am 31. Dezember 2023. Im Mai 2023 zahlte die Gruppe eine unbesicherte Anleihe in Höhe von CHF 250 Millionen zurück. Im Januar, Mai und September 2023 emittierte die Gruppe drei unbesicherte Anleihen in Höhe von CHF 235 Millionen, CHF 210 Millionen beziehungsweise CHF 215 Millionen. Im Mai 2023 emittierte Cembra eine Auto-Leasing-Asset-Backed-Note (ABS) in Höhe von CHF 275 Millionen.

Eigenkapital

Das Eigenkapital verringerte sich um CHF 25 Millionen von CHF 1'274 Millionen auf CHF 1'250 Millionen per Ende 2023. Der Rückgang ist hauptsächlich auf die Dividende von CHF 116 Millionen für das Geschäftsjahr 2022 zurückzuführen, die im April 2023 ausgezahlt wurde. Darüber hinaus führte die Einführung des CECL-Standards zu einem Rückgang der Gewinnreserven um CHF 54 Millionen. Dieser Rückgang wurde teilweise durch den Reingewinn von CHF 158.0 Millionen ausgeglichen.

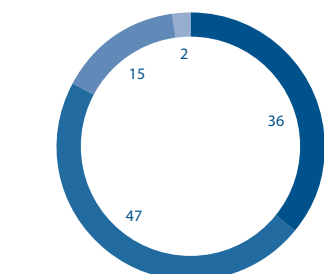
Eigenmittel

Per 31. Dezember (in Millionen CHF)	2023	2022	Veränderung	in %
Risikogewichtete Positionen	6'090	5'938	152	3
Kernkapital (Tier 1)	1'046	1'055	-9	-1
Kernkapitalquote	17.2%	17.8%		

Die risikogewichteten Aktiven stiegen um 3% auf CHF 6'090 Millionen per 31. Dezember 2023, verglichen mit CHF 5'938 Millionen per 31. Dezember 2022. Dieser Anstieg entsprach weitgehend dem Wachstum der Nettoforderungen gegenüber Kunden. Das Tier 1-Kapital verringerte sich um CHF 9 Millionen auf CHF 1'046 Millionen, was hauptsächlich auf den im Jahr 2023 erzielten Reingewinn und die höhere Eigenkapitalbasis nach US GAAP zurückzuführen ist. Diese Effekte wurden durch einen höheren abzugsfähigen Goodwill und immaterielle Vermögenswerte sowie die erwartete Dividendenzahlung mehr als ausgeglichen. Dies führte zu einer Kernkapitalquote von 17.2% per 31. Dezember 2023 (auf der Grundlage von US GAAP), die deutlich über der aufsichtsrechtlichen Anforderung von 11.2% liegt.

Nettoforderungen gegenüber Kunden

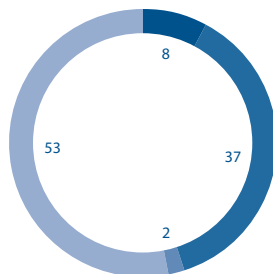
in %



- Privatkredite
- Fahrzeugfinanzierungen
- Kreditkarten
- BNPL

Refinanzierungsstruktur

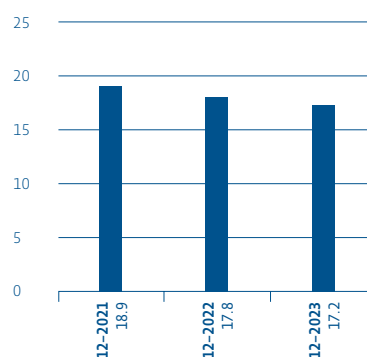
in %



- Verbriefte Forderungen (ABS)
- Anleihen
- Nachrangige AT-Anleihe
- Einlagen

Tier 1-Kapitalquote

in %

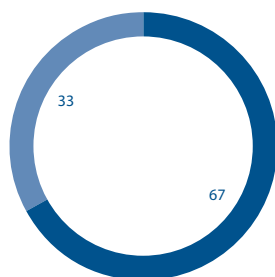


Analyse der Erfolgsrechnung

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2023	2022	Veränderung	in %
Zinsertrag	422.1	385.6	36.6	9
Zinsaufwand	-74.9	-29.4	45.5	155
Zinserfolg	347.2	356.2	-9.0	-3
Ertrag aus Kommissionen und Gebühren	168.5	152.7	15.8	10
Nettoertrag	515.7	508.9	6.8	1
Wertberichtigungen für Verluste	-56.9	-40.9	16.0	39
Personalaufwand	-137.0	-135.5	1.5	1
Sachaufwand	-125.6	-122.0	3.7	3
Total Geschäftsaufwand	-262.6	-257.5	5.2	2
Ergebnis vor Steuern	196.2	210.5	-14.3	-7
Ertragssteueraufwand	-38.1	-41.2	-3.0	-7
Reingewinn	158.0	169.3	-11.3	-7
Sonstige erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderungen	-12.6	19.7	-32.3	-164
Gesamtergebnis	145.4	189.0	-43.6	-23

Nettoertrag

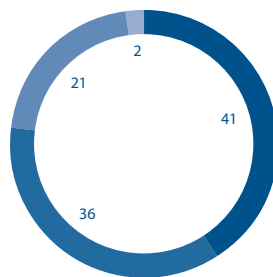
in %



- Zinserfolg
- Kommissionen und Gebühren

Zinsertrag

in %



- Privatkredite
- Fahrzeugfinanzierungen
- Kreditkarten
- Übrige

Zinserträge

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2023	2022	Veränderung	in %
Privatkredite	171.5	163.1	8.4	5
Fahrzeugfinanzierungen	150.8	133.1	17.7	13
Kreditkarten	87.9	89.1	-1.1	-1
Übrige	11.9	0.3	11.6	n/a
Total	422.1	385.6	36.6	9

Insgesamt sank der Anteil der Privatkredite an den Zinserträgen im Berichtszeitraum von 42% auf 41%. Fahrzeugfinanzierungen machten 36% (2022: 35%) aus, und der Anteil der Kreditkarten ging im Vergleich zum Vorjahreszeitraum von 23% auf 21% zurück. Der Beitrag der sonstigen Zinserträge stieg auf 2% (2022: 0%).

Der Gesamtzinsertrag erhöhte sich um 9% oder CHF 36.6 Millionen auf CHF 422.1 Millionen im Jahr 2023.

Die Zinserträge aus Privatkrediten stiegen um CHF 8.4 Millionen oder 5% auf CHF 171.5 Millionen, was vor allem auf die höhere Rendite zurückzuführen ist, die im Berichtszeitraum von 6.8% auf 7.0% stieg. Die Zinserträge aus der Fahrzeugfinanzierung stiegen um CHF 17.7 Millionen oder 13% auf CHF 150.8 Millionen. Die Rendite stieg auf 4.9% (2022: 4.6%). Die Zinserträge aus Kreditkarten sanken um CHF 1.1 Millionen oder 1% auf CHF 87.9 Millionen im Jahr 2023. Die Rendite lag bei 8.4% (2022: 8.5%). Die übrigen Zinserträge beliefen sich auf CHF 11.9 Millionen und umfassten die Zinsen aus Barmitteln und Finanzinstrumenten sowie die Erträge aus dem BNPL-Geschäft.

Finanzierungsaufwand

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2023	2022	Veränderung	in %
Zinsaufwand für verbriefte Forderungen (ABS)	4.9	0.6	4.3	n/a
Zinsaufwand für Einlagen	39.6	13.7	25.9	189
Zinsaufwand für Darlehen	30.4	15.1	15.3	102
Total	74.9	29.4	45.5	155

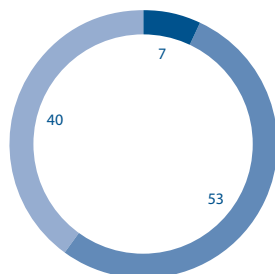
Der gesamte Finanzierungsaufwand hat sich aufgrund des veränderten Zinsumfelds mit CHF 74.9 Millionen im Jahr 2023 mehr als verdoppelt (2022: CHF 29.4 Millionen). Der Zinsaufwand für Asset Backed Securities in der Fahrzeugfinanzierung stieg um CHF 4.3 Millionen auf CHF 4.9 Millionen. Der Zinsaufwand für Einlagen stieg im Vergleich zu 2022 um CHF 25.9 Millionen auf CHF 39.6 Millionen. Der Zinsaufwand für Darlehen stieg um CHF 15.3 Millionen auf CHF 30.4 Millionen im Jahr 2023, was auf die höhere Finanzierung und höhere Zinssätze für zuletzt ausgegebene unbesicherte Anleihen und ABS zurückzuführen ist.

Kommissions- und Gebührenertrag

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2023	2022	Veränderung	in %
Versicherungen	23.8	23.4	0.4	2
Kreditkarten	89.2	94.8	-5.5	-6
Kredite und Finanzierungsleasing	14.5	15.0	-0.5	-3
BNPL	39.4	17.6	21.7	123
Übrige	1.5	1.9	-0.4	-19
Total	168.5	152.7	15.8	10

Finanzierungskosten

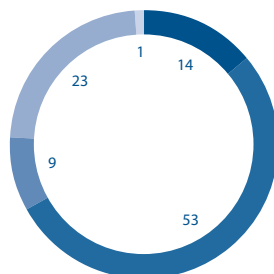
in %



- Verbriefte Forderungen (ABS)
- Einlagen
- Darlehen

Ertrag aus Kommissionen und Gebühren

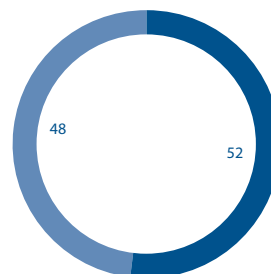
in %



- Versicherungen
- Kreditkarten
- Kredite und Finanzierungsleasing
- BNPL
- Übrige

Geschäftsaufwand

in %



- Personalaufwand
- Sachaufwand

Der Kommissions- und Gebührenertrag erhöhte sich deutlich um CHF 15.8 Millionen oder 10% von CHF 152.7 Millionen auf CHF 168.5 Millionen. Der Versicherungsertrag, der hauptsächlich aus Erträgen aus Ratenschutzversicherungen besteht, stieg um CHF 0.4 Millionen oder 2% auf CHF 23.8 Millionen. Die Gebühreneinnahmen aus dem Kreditkartengeschäft sanken um CHF 5.5 Millionen oder 6% auf CHF 89.2 Millionen, hauptsächlich aufgrund geringerer Transaktionsvolumina und niedrigerer Gebühreneinnahmen aufgrund kosteneffizienter «self service»-Angebote in der mobilen Anwendung. Die Gebühren aus dem Kredit- und Leasinggeschäft gingen leicht um CHF 0.5 Millionen auf CHF 14.5 Millionen zurück. Die Gebühreneinnahmen im BNPL-Geschäft stiegen um 123% auf CHF 39.4 Millionen im Jahr 2023. Dieser Anstieg ist auf das organische Wachstum im BNPL-Geschäft und die Akquisition der Byjuno AG im Jahr 2022 (später umbenannt in CembraPay AG) zurückzuführen. Die sonstigen Gebühren gingen auf CHF 1.5 Millionen zurück, verglichen mit CHF 1.9 Millionen im Jahr 2022.

Wertberichtigungen für Verluste

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2023	2022	Veränderung	in %
Wertberichtigungen für Verluste auf Privatkrediten	40.8	24.9	15.9	64
Wertberichtigungen für Verluste auf Fahrzeugfinanzierungen	5.4	3.0	2.4	80
Wertberichtigungen für Verluste auf Kreditkarten	3.4	7.3	-3.9	-54
Wertberichtigungen für Verluste BNPL	7.3	5.7	1.5	27
Total	56.9	40.9	16.0	39

Im Jahr 2023 stiegen die Wertberichtigungen für Verluste der Gruppe um CHF 16.0 Millionen auf CHF 56.9 Millionen, verglichen mit CHF 40.9 Millionen im Jahr 2022. Die Verlustentwicklung im Jahr 2023 spiegelt die laufende Normalisierung im Einklang mit dem kommunizierten mittelfristigen Ziel wider. Die Volatilität über die Produktlinien hinweg und im Jahresvergleich wurde durch die Einführung des CECL-Standards in die Rechnungslegung Anfang 2023 beeinflusst. Die Wertberichtigungen für Verluste aus Privatkrediten stiegen um CHF 15.9 Millionen auf CHF 40.8 Millionen. Im Bereich Fahrzeugfinanzierung stiegen die Wertberichtigungen für Verluste um CHF 2.4 Millionen auf CHF 5.4 Millionen. Die Wertberichtigungen für Verluste auf Karten gingen um CHF 3.9 Millionen auf CHF 3.4 Millionen zurück. Die Wertberichtigungen für Verluste in BNPL erhöhten sich um CHF 1.5 Millionen auf CHF 7.3 Millionen, was auf die ganzjährige Konsolidierung der CembraPay AG im Jahr 2023 zurückzuführen ist.

Die Verlustquote der Gruppe lag bei 0.8%, verglichen mit 0.6% im Vorjahreszeitraum.

Personalaufwand

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2023	2022	Veränderung	in %
Personalaufwand	137.0	135.5	1.5	1

Der Personalaufwand stieg um CHF 1.5 Millionen oder 1% auf CHF 137.0 Millionen. Der Anstieg ist auf eine höhere Zahl von Vollzeitäquivalenten (VZÄ) in der ersten Jahreshälfte und einen kontinuierlichen Rückgang der VZÄ in der zweiten Jahreshälfte zurückzuführen.

Am 31. Dezember 2023 belief sich die Zahl der VZÄ auf 902, was einem Rückgang um 27 VZÄ gegenüber 929 am Jahresende 2022 entspricht. Die durchschnittliche Anzahl VZÄ der Gruppe sank auf 915 im Jahr 2023 von 922 im Vorjahreszeitraum. Die durchschnittlichen Kosten pro VZÄ betragen TCHF 150 im Jahr 2023 verglichen mit TCHF 147 im Jahr 2022, was einem Anstieg im Gleichschritt mit dem Anstieg des Personalaufwands entspricht.

Sachaufwand

Für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember (in Millionen CHF)	2023	2022	Veränderung	in %
Dienstleistungsaufwand	20.8	22.0	-1.1	-5
Marketing	11.7	15.7	-4.0	-26
Rechts- und Betreuungskosten	15.0	10.7	4.3	40
Porto und Büromaterial	10.2	15.0	-4.9	-32
Mietaufwand und Unterhalt	6.2	6.7	-0.5	-8
Informationstechnologie	50.6	43.9	6.7	15
Abschreibungen und Amortisationen	27.5	26.0	1.5	6
Sonstige	-16.3	-18.1	-1.7	-10
Total	125.6	122.0	3.7	3

Der Sachaufwand stieg um CHF 3.7 Millionen oder 3% von CHF 122.0 Millionen auf CHF 125.6 Millionen im Jahr 2023.

Der Dienstleistungsaufwand sank um 5% auf CHF 20.8 Millionen. Der Marketingaufwand sank um 26% oder CHF 4.0 Millionen, was auf weniger Marketingaktivitäten im Vergleich zur vorherigen Berichtsperiode mit der Einführung der neuen Kreditkarten zurückzuführen ist. Der Rechts- und Betreuungsaufwand stieg um 40% auf CHF 15.0 Millionen, aufgrund der Auslagerung von Inkassodienstleistungen im Bereich BNPL. Der Aufwand für Porto und Büromaterial ging um 32% auf CHF 10.2 Millionen zurück, was auf die fortgesetzte Digitalisierung der Kundeninteraktion und einmalige Kosten im Zusammenhang mit der Einführung der Kreditkarte im Jahr 2022 zurückzuführen ist. Der Mietaufwand ging um 8% zurück, da weniger Büroräume angemietet wurden. Die Kosten für Informationstechnologie in Höhe von CHF 50.6 Millionen stiegen um 15% oder CHF 6.7 Millionen, hauptsächlich aufgrund der Implementierung der neuen Leasing-Geschäftsplattform und der Kosten im Zusammenhang mit CempraPay. Die Abschreibungen und Amortisationen erhöhten sich um 6%, hauptsächlich aufgrund der Amortisation der immateriellen Vermögenswerte von CempraPay. Der übrige Aufwand verringerte sich um CHF 1.7 Millionen, was vor allem auf eine geringere Kapitalisierung im Zusammenhang mit strategischen Projekten und Pensionskassenkosten zurückzuführen ist.

Das Aufwand-Ertrags-Verhältnis blieb mit 50.9% im Jahr 2023 weitgehend stabil (2022: 50.6%).

Ertragsteueraufwand

Der Ertragsteueraufwand der Gruppe verringerte sich im Jahr 2023 um CHF 3.0 Millionen oder 7% auf CHF 38.1 Millionen, entsprechend dem niedrigeren Ergebnis vor Steuern. Der effektive Steuersatz betrug 19.4%.

Die in den obigen Tabellen genannten Werte sind in Schweizer Franken und gerundet; daher können Rundungsdifferenzen auftreten.

Geschäftsmodell und Strategie

Geschäftsmodell

Cembra bietet Finanzierungslösungen und -dienstleistungen in der Schweiz an. Privatpersonen in der Schweiz haben Zugang zu einer breiten Palette von besicherten und unbesicherten Konsumkrediten und damit verbundenen Dienstleistungen sowie Sparprodukten. Zu den Produkten gehören Privatkredite, Kreditkarten, Fahrzeugleasing, Rechnungsfinanzierungslösungen und Sparprodukte sowie Zugang zu damit verbundenen Versicherungsprodukten (für Details siehe Geschäftsbericht 2023 Über uns, Seite 5). Die Umsätze werden durch Zinserträge und Gebühren aus diesen Finanzprodukten erzielt, oft in Zusammenarbeit mit Partnerunternehmen für Co-Branding-Kreditkarten sowie Fahrzeugleasing und anderen Finanzierungsoptionen. Cembra legt grossen Wert auf das Risikomanagement und nutzt Bonitätsprüfungen und Underwriting-Prozesse, um ein solides Kreditportfolio zu erhalten. Cembra operiert innerhalb des schweizerischen Rechtsrahmens und hält sich an die Gesetze und Vorschriften im Zusammenhang mit Konsumtenkrediten und als Bank.

Strategie

Im Berichtszeitraum setzte Cembra die Umsetzung von vier Programmen fort, um ihre strategischen und finanziellen Ziele bis 2026 zu erreichen.

Operational Excellence: radikale Vereinfachung und technologischer Wandel

Im Rahmen des Operational Excellence-Programms vereinfacht Cembra das Betriebsmodell radikal und transformiert die Technologi Landschaft. Ziel ist es, ein nahtloses digitales Kundenerlebnis zu schaffen und durch Standardisierung und Automatisierung die Effizienz deutlich zu steigern. Mit allen unseren Partnern konzentrieren wir uns auf integrierte und massgeschneiderte Angebote aus einer Hand.

Business Acceleration: verbesserte Kundenangebote und grössere Marktabdeckung

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

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

Im Bereich CembraPay bedienen wir das wachsende BNPL-Segment. Der strategische Fokus liegt auf der schnellen und vielseitigen Integration von Checkout-Lösungen für Händler, sowie neuen Anwendungen und Angeboten.

Kulturelle Transformation: 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 zu schaffen.

Unsere Vision

Vor diesem strategischen Hintergrund hat Cembra auch die Unternehmensvision für die nächsten Jahre neu definiert: «Wir nutzen Technologie, um intuitive Kundenlösungen in der Konsumfinanzierung zu entwickeln.» Die Vision von Cembra vereint die oben beschriebenen strategischen Initiativen sowie unsere Ambitionen und Bestrebungen. Sie bildet daher das Fundament, auf dem Cembra die gemeinsamen Ziele erreichen will. Ein wichtiger Teil davon ist die Arbeit an unserer Unternehmenskultur. Dabei geht es vor allem darum, wie Menschen miteinander umgehen und wie wir auf Kunden zugehen.

Ausblick

Unter der Annahme, dass die Schweizer Wirtschaft im Jahr 2024 weiterhin leicht wächst, erwartet Cembra derzeit, dass die Nettoeinnahmen leicht über dem Wachstum des Schweizer BIP liegen werden, zusammen mit einer weiterhin robusten Verlustentwicklung und einem Kosten-Ertrags-Verhältnis von unter 49%.

Infolgedessen erwartet Cembra einen Anstieg des Nettogewinns und eine Eigenkapitalrendite von 13-14% für 2024 und von 15% oder darüber ab 2025; die Ausschüttung einer Dividende von mindestens CHF 4.00 für 2024 und danach steigend auf der Grundlage eines nachhaltigen Gewinnwachstums. Cembra strebt eine Tier 1-Kapitalquote von über 17% an.