



«Die Aduno Gruppe erzielte einen konsolidierten Umsatz von CHF 484.1 Mio. Das operative Ergebnis stieg um 1.8 Prozent auf CHF 84.1 Mio. und der Reingewinn lag mit CHF 74.6 Mio. ebenfalls leicht über Vorjahresniveau.»

Martin Huldi (links)
Dr. Pierin Vincenz

Sehr geehrte Damen und Herren

Wenn wir auf das Geschäftsjahr 2015 zurückblicken, so haben uns zwei Themen intensiv beschäftigt: die Digitalisierung und der starke Franken.

Die Digitalisierung ist der Megatrend in unserer Branche. Alle Marktteilnehmer richten ihr Geschäft darauf aus und bringen in hoher Kadenz Produkte und Dienstleistungen für Digital Payment auf den Markt. Einige davon sind auch bereits wieder verschwunden. Dafür tauchen neue Wettbewerber im Markt auf und drängen in unsere Wertschöpfungskette – darunter Weltkonzerne wie Apple, Google oder Samsung, die in der Lage sind, Digital Payment im Massenmarkt zu etablieren. Unser Umfeld ist dynamischer und kompetitiver geworden. Trotzdem sind wir überzeugt, dass sich die Aduno Gruppe nicht nur erfolgreich behaupten kann, sondern zu den Gewinnern der Digitalisierung gehören wird.

Weshalb sind wir so optimistisch? Weil die Aduno Gruppe einige Trümpfe ausspielen kann: Erstens ist sie als Spezialistin für kartenbasierte Payment-Lösungen ideal positioniert, denn Apple und Co. setzen auf die Zusammenarbeit mit den bestehenden Kartenorganisationen

MasterCard und Visa. Das verschafft der Aduno Gruppe als Partnerin der Kartenanbieter einen Startvorteil. Zweitens kann die Aduno Gruppe auf eine breite Akzeptanz bei den Endkunden und auf etablierte Beziehungen zu ihren Partnerbanken und Vertragspartnern zählen. Und drittens sind in einem dynamischen Umfeld Innovationskraft und Schnelligkeit gefragt – Qualitäten, welche die Aduno Gruppe schon mehrfach unter Beweis gestellt hat. So haben wir im Geschäftsjahr 2015 mit Hochdruck an der Vorbereitung von Digital Payment Services gearbeitet und 2015 gesamthaft rund CHF 30 Mio. in Projekte für die Zukunft investiert.

Einschneidend für die Aduno Gruppe war die Entscheidung der Schweizerischen Nationalbank vom 15. Januar 2015, die Euro/Franken-Kursuntergrenze aufzuheben. Dieser Schritt hat die Rahmenbedingungen in unserer Branche grundlegend verändert: Aufgrund des starken Frankens sank der Gegenwert des im Euro-Raum erzielten Kartenumsatzes schlagartig um 15 Prozent. Im Autohandel lag der Preiszerfall in ähnlicher Höhe, was unser Leasinggeschäft belastete. Die Kartenumsätze von ausländischen Kunden in der Schweiz brachen grösstenteils in der ersten Jahreshälfte um 30 bis 40 Prozent ein. Auf der positiven Seite ist zu vermerken, dass das absolute Volumen

unseres Auslandgeschäfts zugenommen hat. Mit anderen Worten: Schweizerinnen und Schweizer kaufen vermehrt im Euro-Raum ein und verbringen dort ihre Ferien. Unter dem Strich war der Einfluss des starken Frankens aber negativ.

Vor dem Hintergrund der erheblichen Investitionen in unsere strategischen Projekte sowie des Gegenwinds durch die Währungsentwicklung dürfen wir mit dem Ergebnis des Geschäftsjahrs 2015 sehr zufrieden sein: Die Aduno Gruppe erzielte einen konsolidierten Umsatz von CHF 484.1 Mio. Das operative Ergebnis stieg um 1.8 Prozent auf CHF 84.1 Mio. und der Reingewinn lag mit CHF 74.6 Mio. ebenfalls leicht über Vorjahresniveau. Alle Geschäftsbereiche der Aduno Gruppe – sowohl Payment mit dem Issuing-Geschäft der Viseca Card Services SA (Viseca), dem Acquiring- und Terminal-Geschäft der Aduno SA (Aduno), dem Mietkautionsgeschäft der AdunoKautio AG (AdunoKautio) und dem Terminalsoftware-Geschäft der Vibbek AG als auch der Bereich Consumer Finance mit cashgate AG (cashgate) – haben zusammen zu diesem Resultat beigetragen. Payment konnte erneut wachsen und den Kartenbestand im Issuing gegenüber dem Vorjahr um 3.9 Prozent auf rund 1.4 Millionen Stück steigern. Die Neuverkäufe von Karten haben um 6.2 Prozent zugelegt, was die Effektivität unserer Vertriebsorganisation und die gute Zusammenarbeit mit den Partnerbanken unterstreicht. Im Acquiring konnte der Transaktionsumsatz trotz Abschaffung des Euro-Mindestkurses gehalten werden. Neu gewonnene Grosskunden machten die Umsatzeinbrüche in währungssensitiven Branchen wie Tourismus, Hotellerie oder grenznahem Detailhandel wett.

Im Geschäftsbereich Consumer Finance hat das Privatkreditgeschäft erneut ein starkes Zeichen gesetzt: Das Volumen der Neuabschlüsse stieg in einem insgesamt rückläufigen Markt um 11.2 Prozent. Das attraktive Preismodell der cashgate hat sich somit auch im vergangenen Jahr bewährt. Zudem lancierte cashgate ein Produkt zur Finanzierung von Weiterbildungen, mit dem sich ein völlig neues Geschäftsfeld erschliesst.

Der Leasingbereich musste, parallel zum rückläufigen Gesamtmarkt, eine Abnahme des Neuvolumens hinnehmen.

Wie 2015 werden uns auch im laufenden Jahr die mit der Digitalisierung unseres Geschäfts verbundenen Aufgaben beschäftigen. Die Herausforderungen des starken Frankens werden uns ebenfalls erhalten bleiben. Neu hinzu kommt jedoch als drittes Thema die zunehmende Regulierung: Gemäss Verordnung des Bundes gilt ab Mitte 2016 für Privatkredite ein Maximalzins von zehn Prozent und im Kreditkartengeschäft von zwölf Prozent. Dass der Regulator in funktionierende Märkte eingreift, in dem Konkurrenz herrscht und der Wettbewerb zwischen unterschiedlichen Kreditmodellen und Konditionen spielt, ist schwer nachvollziehbar.

Im Kreditkartengeschäft hatte die Wettbewerbskommission eine Senkung der Interchange Fee – also der Verrechnungsgebühr, die der Acquirer dem Issuer weitergibt – verordnet. 2016 kommt diese Senkung erstmals ein volles Jahr lang zum Tragen. Das wird sich negativ auf die Ertragslage der Aduno Gruppe auswirken. Dennoch werden wir diese finanziellen Einschnitte nicht durch das Zurückfahren von Investitionen zu kompensieren versuchen. Denn um für die Zukunft richtig aufgestellt zu sein, müssen wir in diesem Jahr die entscheidenden Weichen stellen.

Dass die Aduno Gruppe das herausfordernde Berichtsjahr so erfolgreich meistern konnte, ist vor allem das Verdienst unserer Mitarbeitenden. Sie haben sich 2015 auf allen Ebenen für das Unternehmen engagiert. Dafür danken wir ganz herzlich. Unser Dank gilt auch unseren Kundinnen und Kunden für ihr Vertrauen und unseren Partnerbanken für ihre Unterstützung.



Dr. Pierin Vincenz
Präsident des Verwaltungsrats



Martin Huldi
Chief Executive Officer