
ADUNO GRUPPE BEWEIST IHRE QUALITÄTEN

Die Aduno Gruppe hat sich 2015 in einem anspruchsvollen Umfeld gut behauptet. Der Reingewinn konnte trotz Frankenstärke und erheblicher Investitionen über Vorjahresniveau gehoben werden. Wachstumsmotoren waren das Issuing- und das Privatkreditgeschäft. Die bereits solide Eigenkapitalbasis wurde weiter gestärkt.

Die Schweizer Wirtschaft hat ein schwieriges Jahr hinter sich. Der Entscheid der Schweizerischen Nationalbank vom 15. Januar 2015 zur Aufhebung der Euro/Franken-Kursuntergrenze verschlechterte die Wettbewerbsposition des Standorts Schweiz. Betroffen waren insbesondere exportorientierte Branchen, der Tourismus und die Hotellerie sowie der grenznahe Detailhandel. Die inländische Konjunktur hat sich im Vorjahresvergleich spürbar abgekühlt. Erwartete das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO zu Jahresbeginn 2015 ein BIP-Wachstum von 2.1 Prozent, so dürfte am Ende noch ein bescheidener Anstieg von 0.8 Prozent resultieren. Offenbar hat die eingetrübte Wirtschaftslage jedoch kaum auf die Konsumstimmung abgefärbt. Gemäss Statistik der SNB stieg 2015 nicht nur die Zahl der herausgegebenen Kreditkarten um 3.1 Prozent, sondern auch der damit getätigte Umsatz um 3.8 Prozent. Die Anzahl Debitkarten nahm um 1.7 Prozent zu.

Ein anderes Bild zeigte sich 2015 im Privatkreditbereich: Nach unserer Einschätzung entwickelte sich das Neuolumen der Privatkredite wie auch in den letzten Jahren rückläufig. Und der Markt für Leasing-Finanzierungen litt spürbar unter der Aufhebung der Euro/Franken-Kursuntergrenze, da die Fahrzeughändler massive Euro-Rabatte gewähren mussten.

Weiterhin gute Diversifikation der Umsatzströme

Die Aduno Gruppe weist für das Geschäftsjahr 2015 einen Umsatz von CHF 484.1 Mio. aus, 4.2 Prozent weniger als im Vorjahr. Der Geschäftsbereich Payment erzielte einen Umsatz von CHF 353.7 Mio., der Bereich Consumer Finance trug CHF 98.0 Mio. bei. Von der zentralen Finanzierungseinheit stammen weitere CHF 99.0 Mio.

Vom Gesamtumsatz entfielen 41.3 Prozent auf Kommissionsertrag, 20.1 Prozent auf Jahresgebühren insbesondere von Karten, 21.5 Prozent auf den Zinsertrag sowie 17.1 Prozent auf die übrigen Erträge. Die Einführung des neuen Kommissionsmodells für Bankpartner führte innerhalb der Erfolgsrechnung zu deutlichen Verschiebungen zwischen Jahresgebühreinnahmen, Sonstigen Erträgen und auch dem Vertriebsaufwand. Daneben widerspiegelt der Rückgang des Kommissionsertrags einerseits die Senkung der inländischen Interchange Fee von 0.95 auf 0.70 Prozent per 1. August 2015 und andererseits hat der infolge des SNB-Entschids erstarkte Franken dazu geführt, dass der Gegenwert des in Euro erzielten Auslandsumsatzes tiefer lag und damit auch die darauf entfallende Kommission. Diese beiden Einflüsse summierten sich zu einem Negativeffekt im Umfang von CHF 12.0 Mio.

Erfreulich ist die deutliche Zunahme der Erträge aus Jahresgebühren. Neben der erwähnten Neugestaltung des Bankenvergütungsmodells ist dies in erster Linie auf die steigende Anzahl von Neukarten zurückzuführen, die im Rahmen von Bankenpaketen abgegeben wurden.

Ergebnis über Vorjahr, solide Kapitalbasis

Die Aduno Gruppe konnte das operative Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr planmässig auf CHF 84.1 Mio. steigern. Das ist eine ausgezeichnete Leistung, insbesondere angesichts der Ausgaben für Innovationen und strategische Projekte im Umfang von rund CHF 30 Mio. Der Reingewinn beläuft sich auf CHF 74.6 Mio. und ist damit leicht höher als im Vorjahr. Damit konnte die Aduno Gruppe die Gewinnmarge von 14.7 Prozent im Vorjahr auf 15.4 Prozent ausweiten.

Ende 2015 waren 756 Mitarbeitende (Vollzeitäquivalente) für die Aduno Gruppe tätig. Das sind 61 mehr als zum Jahresende 2014. Ein wesentlicher Grund für den Personalausbau sind die zahlreichen Projekte, welche die Aduno Gruppe derzeit vorantreibt. Das hat im Berichtsjahr zu einer Zunahme des Personalaufwands geführt.

Die Bilanzsumme betrug per 31. Dezember 2015 CHF 2'207 Mio., gegenüber CHF 2'246 Mio. zum Jahresende 2014. Das Eigenkapital betrug CHF 543.2 Mio., nach CHF 486.4 Mio. Ende 2014. Mit 24.6 Prozent liegt die Eigenkapitalquote nochmals deutlich höher als im Vorjahr (21.7 Prozent). Das schafft eine solide Basis für das weitere Wachstum der Gruppe.

Issuing treibt Wachstum im Geschäftsbereich Payment an

Der Geschäftsbereich Payment realisierte im Geschäftsjahr 2015 ein Transaktionsvolumen im Kartengeschäft von CHF 15.6 Mrd., 1.2 Prozent mehr als im Vorjahr. Von diesem Volumen entfiel je etwa die Hälfte auf das Issuing- und auf das Acquiring-Geschäft. Gemessen an der Anzahl Transaktionen wurde im letzten

Jahr ein deutliches Wachstum von 11.3 Prozent auf 168 Millionen erzielt, wobei das Issuing stärker zulegen als das Acquiring.

Das Issuing-Volumen der Visa lag im Jahr 2015 mit CHF 7.8 Mrd. um 1.9 Prozent über dem Wert von 2014. Anders als in den Vorjahren nahm das Transaktionsvolumen primär im Inland zu, während es im Ausland nahezu stagnierte. Grund dafür ist die Aufhebung der Euro/Franken-Kursuntergrenze, wodurch sich der Gegenwert des in Euro erzielten Auslandsumsatzes reduzierte. Der Volumenanstieg konnte dabei den Preiszerfall des EUR nur kompensieren, nicht aber zu einem Anstieg des Auslandsumsatzes in CHF beitragen.

Die Neuverkäufe von Karten legten gegenüber dem Vorjahr um 6.2 Prozent zu. Das ist in erster Linie der erfolgreichen Vertriebszusammenarbeit mit den Partnerbanken zu verdanken. Vor allem die Angebote der Banken, bei denen Kreditkarten zusammen mit Sparkonten und anderen Produkten als Paket verkauft werden, trugen zum Wachstum bei. Als Ergebnis erhöhte sich der gesamte Kartenbestand um 3.9 Prozent auf rund 1.4 Millionen Stück.

Im Acquiring konnte die Aduno Gruppe nicht an das Wachstum des Vorjahres anknüpfen. Das Volumen stieg nur leicht um 0.6 Prozent, nachdem im Vorjahr noch ein Zuwachs von 11.4 Prozent erreicht wurde. Innerhalb der Produktpalette legte im Berichtsjahr vor allem der Umsatz mit Debitkarten zu. Ein Grund für diese erfreuliche Volumenentwicklung sind neu gewonnene Grosskunden, die im Geschäftsjahr ertragswirksam erfasst werden konnten. Der Kreditkartenumsatz blieb hingegen hinter dem Vorjahresniveau zurück, vor allem weil die ausländischen Besucher in der Schweiz aufgrund der Frankenstärke zurückhaltender konsumierten.

Bereich Consumer Finance auf Vorjahresniveau

Der Geschäftsbereich Consumer Finance weist für das vergangene Jahr ein Volumen auf dem Niveau von 2014 aus. Das Neugeschäft lag mit CHF 828.5 Mio. um 1.3 Prozent höher; der Kreditbestand verringerte sich um 0.3 Prozent auf CHF 1'265 Mio.

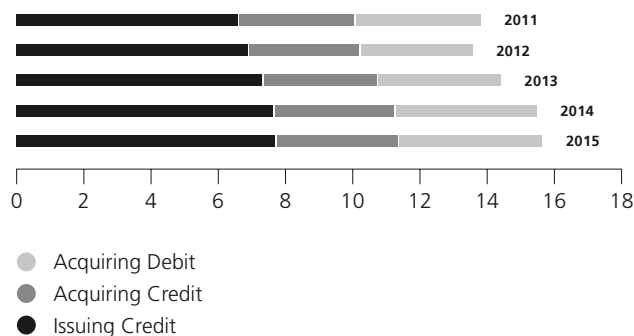
Gut entwickelt hat sich in der Berichtsperiode der Privatkreditbereich. Das Zweipreismodell mit hoher Transparenz für den Kunden führte 2015 zu einem Wachstum des Neuvolumens um 11.2 Prozent. Der Bestand erhöhte sich um 10.4 Prozent. Damit hat cashgate in einem rückläufigen Markt und unter Beibehaltung der strengen Risikopolitik Marktanteile gewonnen. Der Direktverkauf, das Filialgeschäft und die Kreditvermittler haben massgeblich zu diesem Ergebnis beigetragen. Dank einer Effizienzsteigerung in der Verarbeitung konnte cashgate das Volumenwachstum bei gleichbleibender Anzahl an Mitarbeitenden bewältigen.

Die Neuverkäufe im Leasing liegen um 8.0 Prozent unter Vorjahresniveau. Mit dem Wegfall des Euro/Franken-Mindestkurses ist das Preisniveau auf dem Fahrzeugmarkt massgeblich gesunken. Hinzu kam die starke Konkurrenz durch die herstellereigenen Leasing-Anbieter, die eine aggressive Preispolitik verfolgen.

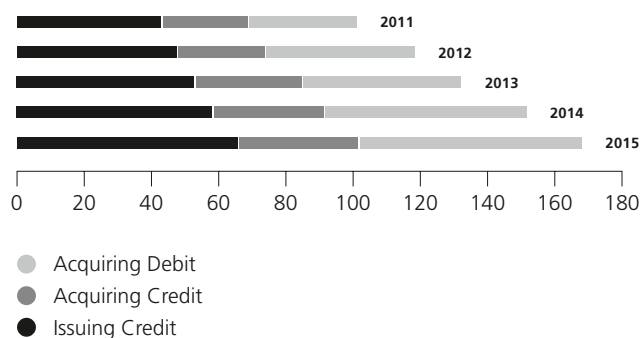
Finanzierung: zwei Anleihen über CHF 200 Mio. platziert

Die Aduno Holding AG hat im April 2015 einen Floater über CHF 100 Mio. sowie eine Festzinsanleihe mit einem Nullcoupon über ebenfalls CHF 100 Mio. platziert. Beide Anleihen laufen bis 2017. Mit der Doppeltranche nutzt die Aduno Holding AG das günstige Umfeld am Kapitalmarkt zur Senkung der Finanzierungskosten. Dass die beiden Anleihen wiederum innert kürzester Zeit platziert werden konnten, unterstreicht das Vertrauen des Kapitalmarkts in die Aduno Gruppe. Die Ratings der beiden federführenden Banken Credit Suisse und Zürcher Kantonalbank lauten unverändert «mittleres A, Ausblick stabil».

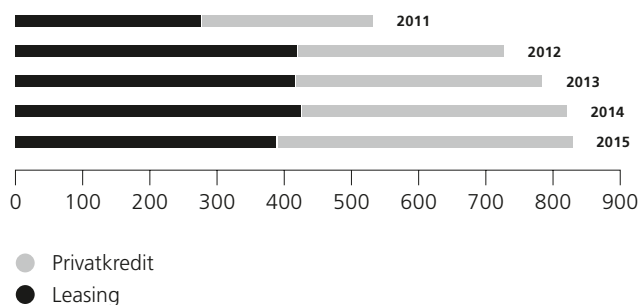
Umsatzvolumen Payment [Mrd. CHF]



Kartentransaktionen [Mio. Anzahl]



Neugeschäfte Consumer Finance [Mio. CHF]



Bestände Consumer Finance [Mio. CHF]

