

Vontobel

Inspiration

Für die nächsten Generationen

Georg Schubiger leitet seit 2012 das Wealth Management und ist Mitglied des Executive Boards von Vontobel. Zuvor bekleidete er während zehn Jahren Führungsfunktionen bei der Danske Bank in Kopenhagen und der Sampo Group in Helsinki. Er studierte Finanz- und Rechnungswesen (lic. oec.) an der Universität St.Gallen und Politikwissenschaften (MA) am College of Europe in Brügge, Belgien.



**Nachhaltigkeit
verbindet
Ökonomie, Ökologie
und Soziales.**

Editorial

Liebe Leserinnen und Leser

Die vergangenen Monate haben wir im verordneten «Lockdown» verbracht. Eine Zeit mit viel Ungewissheit. Aber auch eine Zeit, die uns gezeigt hat, wie viel mit Solidarität und Umsicht innerhalb kürzester Zeit bewirkt werden kann. Es ging nicht immer nur um die grossen Ideen, sondern oft um kleine Gesten und Handlungen. Gleiches sollte auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit gelten. Auch sie beginnt mit Kleinigkeiten, die zusammengenommen etwas in der Gesellschaft bewegen.

Dass Entschleunigung einen positiven Effekt ohne ökonomische Einbussen haben kann, zeigt die nachhaltige Forstwirtschaft in tropischen Wäldern. Sie fördert die wirtschaftliche Wertschöpfung, ohne die ökologische Integrität und soziale Weiterentwicklung zu vernachlässigen. Und leistet so einen Beitrag im Kampf gegen den Raubbau in diesem wertvollen Lebensraum.

Um auf der Welt mehr Nachhaltigkeit zu erreichen, sollten Ökonomie, Ökologie und soziale Aspekte zukünftig als eine Gesamtheit betrachtet werden. Entscheidend für eine solche Einstellungsänderung ist die Auseinandersetzung mit unseren Werten. Verankert in unserer Kultur, beeinflussen diese unsere Einstellung zur Nachhaltigkeit. Senken wir als Gesellschaft zum Beispiel die individuellen Kosten für nachhaltiges Verhalten, ist es einfacher, Menschen zu einer Verhaltensänderung zu motivieren.

Die jüngste Vergangenheit hat ausserdem gezeigt, dass die Digitalisierung ein Hilfsmittel im Bestreben um mehr Nachhaltigkeit sein kann. Dank ihr konnten Menschen schnell kreative Ideen für ein solidarisches Zusammenleben umsetzen und verhinderten so, dass die notwendige physische Distanz zur sozialen Distanz wurde.

Wer in solchen Unternehmen beziehungsweise mit einem nachhaltigen Fokus ohne Renditeeinbussen investieren möchte, sollte Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungskriterien (auf Englisch ESG – für Environment, Social, Governance) in seine Entscheidungen einbeziehen. Bei Vontobel haben solche nachhaltigen Anlagelösungen seit 20 Jahren Tradition.

Ich wünsche Ihnen eine anregende und interessante Lektüre.



Georg Schubiger
Head Wealth Management



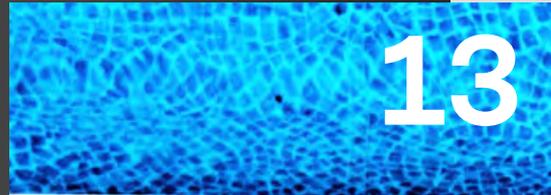
6



31



20



13



4



Inhalt

06

Nachhaltige Forstwirtschaft bringt Vorteile für alle

Wirtschaftliche Interessen retten die tropischen Wälder.

13

Vier Menschen, vier nachhaltige Sichtweisen

Nachhaltigkeit lässt sich schwer vereinheitlichen.

20

Die Nachhaltigkeit ist auf dem Teller gelandet

Unsere Ernährung ist ein Spiegel der Gesellschaft.

25

Nachhaltiges Handeln muss attraktiver werden

Sind die Kosten zu hoch, sinkt die Motivation.

31

Wie Kultur unser Nachhaltigkeitsverständnis formt

Was für ein Leben wir führen (wollen), definiert unsere Kultur.

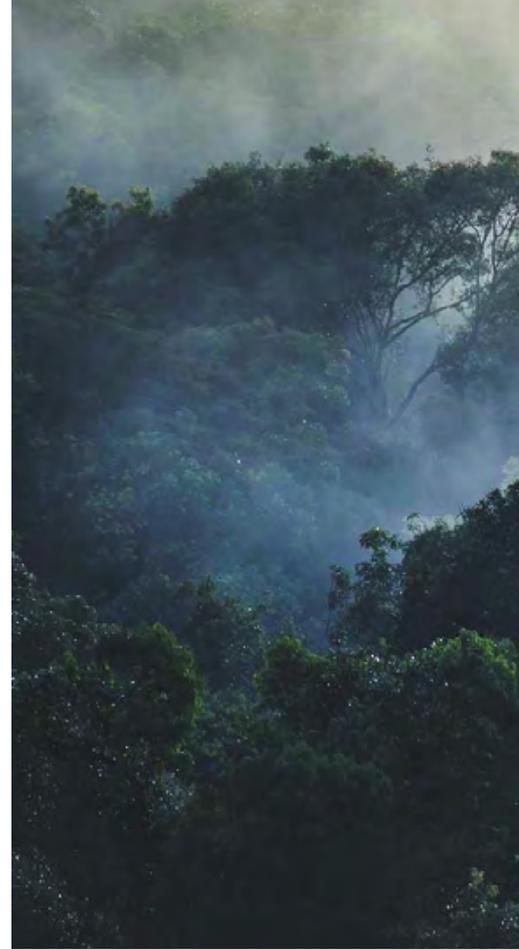
37

Künstliche Intelligenz als Weltverbesserer

Künstliche Intelligenz ist ein Treiber für mehr Nachhaltigkeit.

Nachhaltige Forstwirtschaft bringt Vorteile für alle

Den Tropenwäldern kommt in vielerlei Hinsicht eine einzigartige Rolle zu. Ihr Erhalt ist aufgrund wirtschaftlicher Interessen jedoch stark gefährdet. Wie die Precious Forests Foundation aufzeigt, stellt eine nachhaltige Nutzung einen Rettungsanker gegen die Entwaldung dar.



**Precious
Forests
Foundation**

Die Precious Forests Foundation (PFF) setzt sich für den dauerhaften Erhalt natürlicher Tropenwälder ein. Zum einen soll der Wert der Ökosystemleistungen tropischer Wälder aufgezeigt und zum anderen die nachhaltige, vielfache Nutzung ihrer nachwachsenden Holz- und Nichtholzprodukte gefördert werden. Die PFF engagiert sich für die Entwicklung von Innovationen auf der Grundlage anwendungsorientierter Forschung in tropischen Wäldern und auf nachhaltig genutzten Waldflächen.

precious-forests.foundation



— **«Der Wald brennt» – was denken Sie, wenn Sie diese Nachricht in den Medien lesen?**

Ernst A. Brugger: Der Gedanke an den Verlust dominiert. Brennt tropischer Wald ab, gehen nicht nur Bäume verloren. Man verliert auf Dauer weltweit bedeutende und nicht wiederbelebbar Biodiversität. Man verliert Kapazitäten für die CO₂-Kompensation, der natürliche Wasserkreislauf wird gestört und man verliert das ökonomische Potenzial der Wälder. Hinzu kommt: Verbrennen Bäume, wird das gespeicherte CO₂ freigesetzt.

— **Weltweit haben nur etwa 4 Prozent aller Waldbrände eine natürliche Ursache. Warum treibt der Mensch die Entwaldung absichtlich voran?**

Ted van der Put: Der Hauptgrund ist ein wirtschaftlicher. In den meisten Ländern ist Wald geschützt, man kann dort ohne Erlaubnis keine Bäume fällen. Ist der Wald abgebrannt, verändert sich die Ausgangslage. Landwirtschaftlicher Anbau, Rohstoffabbau oder ein Industriegebiet, verbunden mit Wohnungsbau – die wirtschaftliche Nutzung der entstandenen Fläche kann nun diskutiert und oft realisiert werden.

— **Die Precious Forests Foundation setzt sich speziell für den tropischen Wald ein. Warum?**

Ernst A. Brugger: Wenn wir den Trend der letzten 30 Jahre anschauen, geht jährlich tropischer Wald von der Fläche der Schweiz verloren. Wenn das so weitergeht, werden wir in 50 bis 70 Jahren praktisch keinen Tropenwald mehr haben. Wäre dies sinnvoll? Es wäre

wahnsinnig dumm, ökologisch wie auch ökonomisch. Gemäss Schätzungen binden allein die feuchttropischen Wälder jährlich etwa die Hälfte bis drei Viertel der CO₂-Emissionen des gesamten globalen Transportsektors. Auch ökonomisch macht es keinen Sinn, die Entwaldung zuzulassen. Die Wälder stellen über die CO₂-Kompensationsbudgets eine potenzielle Einnahmequelle dar und verfügen über weitere, aktuell nicht genutzte wirtschaftliche Substanz. Mit unseren Projekten wollen wir zeigen, dass die tropischen Wälder dank nachhaltiger Waldwirtschaft rentabel genutzt und so besser geschützt werden können. Dieser Ansatz ist aktuell in den Tropen noch wenig verbreitet und braucht wirkungsvolle und innovative Projekte für eine Weiterentwicklung.

— **Was sind Beispiele für solche Projekte?**

Ted van der Put: Wir beschäftigen uns mit Forschung und Innovation. Diese haben das Ziel, eine ökonomische, ökologische und soziale Wertschöpfung in den tropischen Wäldern zu ermöglichen und die Weitergabe dieser Erkenntnisse zur breiten Übernahme zu fördern. Denn bietet Wald zu wenig ökonomische Potenziale, rücken die ökologischen Interessen in den Hintergrund. Wir sind auf der Suche nach dem Gleichgewicht.

Eines unserer Projekte beschäftigt sich damit, die Kosten der nachhaltigen Waldwirtschaft zu senken. Zur Nachhaltigkeit gehört der Schutz der Biodiversität. Diesen nachzuweisen, ist sehr aufwendig. Man läuft physisch durch den Wald und überprüft verschiedene Parameter.

«Jeder Baum, jedes Flüsschen, jeder Hügel wird kartografiert.»

Dank neuer Technologien kann man heute die Geräusche im Wald aufzeichnen und die Vielfalt der Tierwelt einfacher auswerten. Durch dieses innovative Vorgehen sinken die Kosten und nachhaltige Waldwirtschaft wird ökonomisch attraktiver.

— Eine ökonomische Nutzung des Waldes kann die Entwaldung stoppen?

Ernst A. Brugger: Man muss die cirka 300 Millionen Menschen einbeziehen, die gemäss Schätzungen der Welternährungsorganisation FAO in oder am Rand von tropischen Wäldern leben. Sie brauchen eine Chance, die über das Existenzminimum des Kleinbauerntums hinausgeht. Die nachhaltige Waldwirtschaft kann dazu beitragen, mehr als nur Grundbedürfnisse zu befriedigen: Sie schafft Arbeitsplätze und sorgt für Infrastruktur und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Ted van der Put: Da die Gründe für den Raubbau wirtschaftlicher Natur sind, muss ein nachhaltiges Waldmanagement den ökonomischen Wert des Waldes berücksichtigen. Es spricht nichts gegen eine wirtschaftliche Nutzung des Waldes, solange dessen Ursprünglichkeit, Funktionalität und Biodiversität erhalten bleiben. Dies ist ein ganzheitlicherer Ansatz als das traditionelle Konzept des Waldschutzes, bei dem der aktuelle Status «konserviert» wird. Dank der nachhaltigen Waldwirtschaft erhält der Wald einen ökonomischen Nutzen. Anwohnerinnen und Anwohner, Regierungen und Konzessionsinhaber und -inhaberinnen erhalten Anreize, den Wald zu schützen. Gleichzeitig schaffen Zertifikate eine Orientierungshilfe für Konsumentinnen und



Ernst A. Brugger

Ernst A. Brugger ist Gründungs- und Ehrenpräsident der Precious Forests Foundation sowie Gründer und Verwaltungsratspräsident der auf Corporate Social Responsibility, Standortförderung und Raumentwicklung spezialisierten BHP – Brugger und Partner AG. Ernst A. Brugger ist Doktor der Wirtschaftsgeografie und hat an der Universität Zürich habilitiert.



Ted van der Put

Ted van der Put ist Stiftungsrat der Precious Forests Foundation. Als unabhängiger Berater und Executive Advisor ist er für die IDH, The Sustainable Trade Initiative, tätig. Diese setzt sich für den nachhaltigen Handel sowie Lösungen zu globalen Nachhaltigkeitsthemen ein. Ted van der Put ist Mitglied des Vorstands vom Smartphone-Hersteller Fairphone.

Konsumenten wie auch Einkäuferinnen und Einkäufer von weiterverarbeitenden Unternehmen. Unsere Stifterin Precious Woods Holding zum Beispiel liefert nur zertifizierte Holzprodukte.

— Reicht es nicht, den Wald mit Natur- und Nationalparks zu schützen?

Ernst A. Brugger: Sowohl in Afrika als auch in Lateinamerika beheimaten viele Länder grossflächige Nationalparks. Deren Flächen umfassen knapp 30 Prozent des gesamten tropischen Waldes und sollen vor Eingriffen jeglicher Art geschützt werden. Dafür setzen sich zahlreiche private und staatliche Organisationen ein. Vorausgesetzt, die Finanzierung ist ausreichend und fortlaufend, sind diese ökologisch ausgerichteten Schutzbemühungen als sehr positiv zu bewerten. Es entsteht aber zu wenig sozialer und ökonomischer Nutzen. Man löst daher die Probleme der lokalen Bevölkerung nicht, sodass Spannungsfelder bestehen. Das Resultat sind oft Korruption, Wilderei, Waldbrände und illegales Abholzen.

— Wo sehen Sie die grössten Herausforderungen, nachhaltige Waldwirtschaft zu etablieren?

Ernst A. Brugger: Nachhaltige Waldwirtschaft ist nur möglich, wenn es klare Regeln beziehungsweise Gesetze gibt, die akzeptiert sind und die eingehalten werden. Für nachhaltige, zertifizierte Waldwirtschaft benötigen wir Bewirtschaftungskonzessionen, die über einen Zeitraum von 25 bis 35 Jahren gelten und verlängerbar sind. Nehmen wir an, eine Konzessionsfläche ist 5'000 km² gross. Diese Fläche entspricht rund 700'000 Fussballfeldern.



Foto: Torben Claas

Jeder Baum, jedes Flüsschen, jeder Hügel wird mit GPS-Daten kartografiert. Dann wird die Fläche in circa 20 Parzellen in der Grösse von 35'000 Fussballfeldern unterteilt und in Parzelle eins wird mit der Forstwirtschaft gestartet. Nach 25 bis 35 Jahren sind wir wieder bei Parzelle eins angelangt. Ein sanftes Vorgehen gewährleistet, dass alle Eingriffe in den Wald nach sieben bis zwölf Jahren nicht mehr erkennbar sind. Nachhaltige Waldwirtschaft ist mit hohem Aufwand verbunden und braucht neben einem kompetenten Management auch langfristig denkende Investorinnen und Investoren.

— **Wäre es politisch nicht attraktiver, tropischen Wald zu roden, um die Bedürfnisse der Bevölkerung schnell zu befriedigen?**

Ted van der Put: Aus einer kurzfristigen Perspektive erscheint dies plausibel. Langfristig ist es weder im Interesse der Bevölkerung, die dort lebt, noch im Interesse des Planeten insgesamt. Waldrodungen können den natürlichen Regen- und Wasserhaushalt in der Region stören. Erderosion nimmt zu, die Lebensqualität nimmt ab. Und die Rodung des Waldes ist nur ein einmaliger Gewinn, der in den meisten Fällen nicht an die lokalen Gemeinschaften zurückfliesst.

Es gilt, solch kurzfristige Ansätze auf globaler Ebene unattraktiv zu machen. Wir glauben zum Beispiel, dass der Handel mit CO₂-Zertifikaten ein grosses Potenzial hat. Ein solches Zertifikat berechtigt den Inhaber zum Ausstoss einer Tonne Kohlendioxid oder eines anderen Treibhausgas. Aus politischen und bürokratischen Gründen sind diese bisher unterbewertet. Sobald sich dies ändert und die Zertifikate eine relevante Einnahmequelle darstellen, gibt es für Regierung und Bevölkerung zusätzliche Anreize für den Erhalt der Wälder.

— **Sie sprachen von klaren Regeln beziehungsweise Gesetzen. Wie schafft man die Motivation, sich für Rechtsverbindlichkeit einzusetzen?**

Ernst A. Brugger: Regierungen sind dann interessiert, wenn die Durchsetzung einer Rechtspraxis eine wirtschaftliche Bedeutung bekommt. Nehmen wir Costa Rica als Beispiel. Bis circa 1940 war das Land vollständig bewaldet. Dann kam die Holz- und Agroindustrie und begann mit der Abholzung, denn Costa Rica besitzt wenig Bodenschätze. Auf den freien Flächen entstand Viehwirtschaft. Vor rund 40 Jahren entstand eine Gegenbewegung, die in einer forstwirtschaftlichen Gesetzgebung zum Schutze der noch bestehenden Naturwälder und in der Aufforstung mündete. Heute weist Costa Rica zu über 50 Prozent Waldflächen und Naturreservate auf. Oeko-Tourismus wurde dadurch zur naheliegendsten Option für Wertschöpfung; rund 35 Prozent des Bruttoinlandprodukts stammt heute aus dieser Branche.

Wollte man dieses Konzept übertragen, wäre dies zum Beispiel aufgrund der Grösse gewisser Länder schwieriger. Länder wie Gabun, Bolivien oder Kolumbien sind aber positive Beispiele für relativ gute und respektierte Rahmenbedingungen für eine nachhaltige Waldwirtschaft.

— **Was kann man als Individuum tun, um die Entwaldung aufzuhalten?**

Ted van der Put: Es ist wichtig, dass wir uns als Konsumenten der Herkunft von Produkten aus den tropischen Wäldern bewusst sind. Daher sollten wir neugieriger sein: Aus welchen Ländern stammen die Produkte? Unter welchen Bedingungen wurden sie produziert? Wie sieht die Logistikkette aus? Sind die Lieferanten vertrauenswürdig? Je kritischer wir sind, umso mehr können wir Einfluss auf die Unternehmen nehmen, um eine nachhaltige Waldwirtschaft in den tropischen Ländern zu fördern.

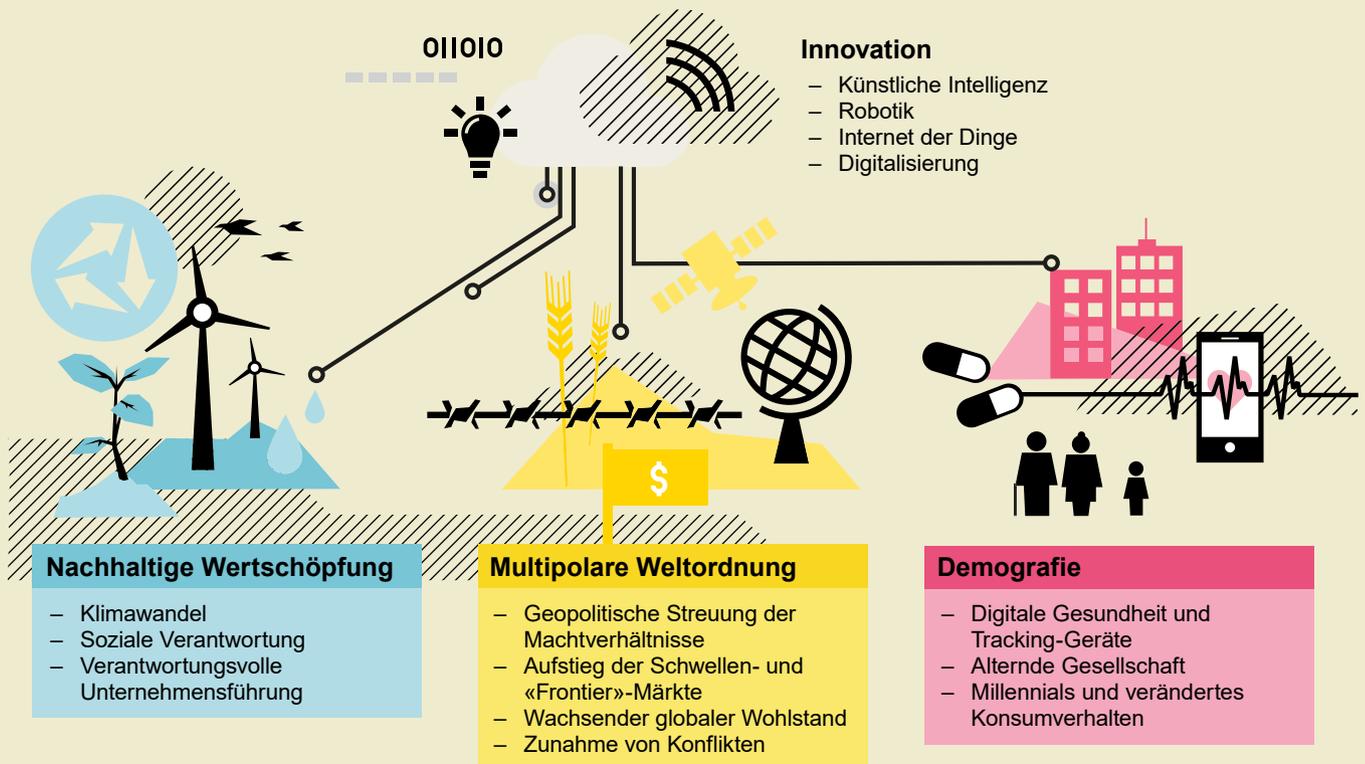
Megatrends – Strömungen des Wandels

Megatrends bilden Wandlungsprozesse ab, die Grundlegendes verändern. Nicht von heute auf morgen, sondern über Jahrzehnte hinweg. Megatrends bieten darum Orientierung und zeigen auf, welche Umbrüche es zum Beispiel beim Investieren zu beachten gilt.

—
Daniel Maier, CFA
Head Vontobel Wealth Management Investment
Strategy & Thematics

Wenn beinahe täglich neue Industrien entstehen, die etablierte Geschäftsmodelle revolutionieren oder gar überflüssig machen, erscheint eine Fokussierung auf ausgewählte Anlagethemen zweckmässig. Hilfreich hierfür ist die Betrachtung von Megatrends. Diese Trends beeinflussen den Alltag langsam und langfristig; die grundlegenden Veränderungen können sich über Jahrzehnte hinziehen.

Der demografische Wandel, das Entstehen einer multipolaren Weltordnung und der Wandel hin zum verantwortungsvollen Wirtschaften sind drei dieser Megatrends. Sie sollte man nicht aus den Augen verlieren, denn sie fordern uns in vielerlei Hinsicht heraus und bringen Neues hervor. Das «Megatrendmodell» von Vontobel hilft Anlegerinnen und Anlegern, die Zukunft im Auge zu behalten.



Demografie – Bedürfnisse von Alt und Jung befriedigen

Wird über den demografischen Wandel diskutiert, liegt der Fokus meist auf der Alterung der Bevölkerung. Die Generation «Silber» erfreut sich einer immer besseren körperlichen und geistigen Fitness, ist vielfach aktiv und materiell auf hohem Niveau abgesichert. Auf diesen Umstand reagieren Unternehmen mit massgeschneiderten Angeboten. Ferienresorts oder Weiterbildungsinstitute richten sich speziell auf die Bedürfnisse von Seniorinnen und Senioren aus. Gesundheitsfirmen decken die Nachfrage nach Medikamenten oder Dienstleistungen in Pflegeeinrichtungen ab. Start-ups entwickeln «smarte» Kleidungsstücke und Accessoires, die Gesundheitsdaten aufzeichnen und analysieren.

Doch der Begriff Demografie umfasst mehr als den Fokus auf die Bedürfnisse der älteren Generation. Er steht ebenfalls für das veränderte Konsumverhalten jüngerer Erwachsener. Millennials und die Generation Z lassen neue Angebote in Bereichen wie mobile Kommunikation, E-Commerce, Medienkonsum oder E-Sport entstehen. Wer hätte 1994, dem Gründungsjahr von Amazon, geahnt, dass der internetbasierte Einzelhandel einst so populär werden könnte? Für viele dürfte es heute noch erstaunlich sein, welche Attraktivität öffentlich ausgetragene sportliche Wettkämpfe mit Computerspielen haben. Dennoch stellt E-Sport heute ein Milliardengeschäft dar. Das Finale der «League of Legends World Championship» verfolgten 2019 100 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer online.

Die veränderten Bedürfnisse aller Generationen sorgen somit dafür, dass neue Unternehmen oder ganze Branchen entstehen.

Multipolare Weltordnung – neue Konkurrenten, neue Konsumentinnen und Konsumenten

An der einst unbestrittenen Vormachtstellung der Vereinigten Staaten in politischer und wirtschaftlicher Hinsicht sind in den vergangenen Jahren Zweifel aufgekommen. Auf der politischen Bühne erhält der einstige «Weltpolizist» zunehmend Konkurrenz durch Russland und China. Allerdings hat dieser Übergang von einer unipolaren zu einer multipolaren Ordnung die Welt nicht sicherer gemacht. Auf ökonomischer Ebene sehen sich die USA mit dem Aufstieg Chinas konfrontiert. Auch in Indien bestehen klare Ambitionen, die Infrastruktur zu modernisieren und die Wirtschaft deutlich voranzubringen.

Die Entwicklung in diesen beiden bevölkerungsreichsten Staaten der Erde steht stellvertretend für das Potenzial der «Emerging Markets».

Doch nicht nur die USA kämpfen mit schwindendem Einfluss. Allgemein scheint die Autorität des Staates in vielen Regionen zu schwinden. Mitschuldig sind die immer weitergehende Vernetzung von Computersystemen und Geräten (Stichworte «Cloud» und «Internet der Dinge») sowie der unablässig zunehmende Datenfluss. Traditionell hatten die Notenbanken und Regierungen ein Monopol auf die Geld- und Fiskalpolitik. Heutzutage ist die Fähigkeit, die eigene Währung zu kontrollieren oder Steuern zu erheben, infrage gestellt.

Viele Behörden und Unternehmen sind auf Bedrohungen durch radikale Kräfte (wie Hacker) oder Herausforderungen wie Kryptowährungen nur unzureichend vorbereitet. Privatwirtschaftliche Unternehmen schliessen mit ihren Produkten und Dienstleistungen Lücken.

ESG – Nachhaltigkeit wird immer wichtiger

Immer mehr Unternehmen veröffentlichen einen Nachhaltigkeitsbericht. Dieser zeigt die Fortschritte in den Bereichen umweltschonendes, sozial gerechtes und den Grundsätzen guter Unternehmensführung verpflichtetes Wirtschaften auf. Die Veröffentlichung dieser Informationen hat handfeste Gründe: Ohne entsprechende Nachhaltigkeitsstrategien werden Unternehmen an der Börse oft abgestraft. Ausserdem setzt sich die Erkenntnis durch, dass die Einhaltung von ESG-Standards ein wichtiger Bestandteil von Anlageentscheidungen sein sollte. Viele Anlageportfolios spiegeln diese Grundhaltung wider. In ihnen finden sich Aktien ausgesuchter Unternehmen, deren Erzeugnisse «nachhaltig» sind, also beispielsweise deutlich weniger CO₂ ausstossen als vergleichbare Produkte.

Wichtige ESG-Kriterien bei der Finanzanalyse im Überblick

UMWELT (ENVIRONMENT, «E»)	SOZIALES (SOCIAL, «S»)	FÜHRUNG (GOVERNANCE, «G»)
Umweltmanagementsystem	Mitarbeitende	Effiziente Führungsstruktur
Berücksichtigung von Umweltbelangen in den Schlüsselprozessen	Angemessene Vergütung	Unabhängiger Verwaltungsrat
Systematische Überwachung von Zielen	Fortbildung, Gesundheit und Sicherheit	Trennung Firmenleitung / Spitze des Verwaltungsrates
	Gleichberechtigung bei der Einstellung	Unabhängige Rechnungsprüfer
Ökoeffizienter Betrieb	Wirtschaftliche und soziale Entwicklung	Aktionärsrechte
Offenlegung der Emissions- und Wasserverbrauchsbilanz	Verhaltenskodex	Offenlegung der Aktionärsstruktur
Richtlinien zur Ressourcennutzung und Abfallverwertung	Ethikrichtlinien	Keine Schutzmechanismen gegen Übernahme
	Menschenrechte	Privilegien der Gründungsaktionäre
Produktverantwortung	Versorgungskette	Vergütung von Führungskräften
Ökobilanz	Verantwortungsvolles Marketing	Transparenz und Angemessenheit
Umweltauswirkungen von Produkten	Kenzeichnung der Inhaltsstoffe und ihrer Auswirkungen	Vergütungsmodelle in Anlehnung an ESG-Standards
Verringerung und Recycling von Verpackungsmaterial	Lieferantenüberwachung	Unabhängiger Vergütungsausschuss

Quelle: Vontobel Asset Management

Zusammenfassend lässt sich sagen: Künftiges Wachstum soll ökologischer, verantwortungsvoller und transparenter erzielt werden. Dies stellt den Nährboden dar für Innovationen in Bereichen wie «Smart Grid», Batteriespeicher, Energie aus erneuerbaren Quellen, Wasserversorgung, Gebäudetechnologie, Recycling oder Vergabe von Kleinstkrediten (Mikrofinanz) in Schwellenländern.

Heute hat der Markt für nachhaltige Anlagen gemäss Global Sustainable Investment Alliance (GSIA) ein Volumen von nahezu USD 31 Billionen erreicht. Nachhaltige Investitionen machen mehr als 50 Prozent des gesamten professionell verwalteten Vermögens in Kanada, Australien und Neuseeland, fast die Hälfte in Europa, 26 Prozent in den Vereinigten Staaten und 18 Prozent in Japan aus.¹

Veränderung greifbar machen

Die Megatrends lassen sich aufgrund ihrer Langfristigkeit schwer vorhersagen. Das Wissen um die daraus resultierenden Veränderungen jedoch schafft Handlungsoptionen, und zwar nicht nur für Unternehmen, die anhand von konkreten Fragestellungen ihre Zukunftsstrategie entwickeln. Investorinnen und Investoren erhalten zum Beispiel über Themeninvestments Zugang zu sich entwickelnden Märkten, Innovationen und Investmentthemen.

¹ 2018 Global Sustainable Investment Review

Vier Menschen, vier nachhaltige Sichtweisen

Es gibt zahlreiche theoretische Erklärungen zum Thema Nachhaltigkeit. Doch was bedeutet dieses Prinzip konkret für den Einzelnen? Vier Menschen aus unterschiedlichen Altersgruppen und mit verschiedenen Blickwinkeln erzählen.

Neu ist der Nachhaltigkeitstrend nicht. Bereits 1713 sprach Hans Carl von Carlowitz erstmals von der nachhaltigen Nutzung der Wälder. Das damals festgehaltene Prinzip ist immer noch gültig: Es sollen nur so viele Ressourcen verbraucht werden, dass diese ihre natürliche Fähigkeit nicht verlieren, sich zu regenerieren. Heute reicht die Bedeutung aber über ökologische Faktoren hinaus und schliesst ökonomische und soziale Komponenten mit ein. Was sich dahinter verbirgt, haben verschiedene Wissenschaften ausführlich erklärt. Was aber bedeutet Nachhaltigkeit in der Praxis, im Alltag des Einzelnen?

Nikolina Gojkovic, 17 Jahre, Gymnasium

Im vorletzten Jahr des Gymnasiums hat Nikolina Gojkovic alle Hände voll zu tun. Neben Lernen, Maturaarbeit, Volleyballtraining und Verabredungen nimmt sich die 17-Jährige dennoch Zeit, sich in bestimmte Themengebiete einzulesen. So auch in Sachen Nachhaltigkeit: «Mir ist klar, dass der Begriff drei Säulen umfasst: die ökologische, die ökonomische und die soziale Säule. Im Allgemeinen bedeutet Nachhaltigkeit für mich, dass man sich überlegt, welche Auswirkungen eine Handlung hat.» Der erste Anstoss zu dieser Thematik kam in der Schule. «Aus Interesse habe ich dann begonnen, selbst weiter zu recherchieren.»

Nachhaltigkeit im alltäglichen Leben, Klimawandel und Greta Thunberg hat ihre Klasse bereits heftig diskutiert. «Ich finde es gut, dass auch die Medien ein Licht auf die Thematik werfen. Es soll aber nicht nur ein Trendthema bleiben. Trends sind etwas Kurzfristiges. Ich finde aber, der Klimaschutz ist etwas Langfristiges. Es betrifft nicht nur dich und mich, sondern uns alle.» Mit diesem Bewusstsein versucht Nikolina Gojkovic, ihren Teil beizutragen: Sie geht zu Fuss zur Schule, verzichtet auf PET-Flaschen und kauft weniger Kleidungsstücke als früher. Anderen rät sie: «Jeder soll im Kleinen damit anfangen, nachhaltig zu handeln.»



14 Definitionen

Jan Tiepelmann, 37 Jahre, Koch

Als Chefkoch einer Restaurantkantine, die tagtäglich mehr als 300 Mitarbeitenden das Mittagessen bereitstellt, beschäftigt sich Jan Tiepelmann in vielerlei Hinsicht mit dem nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln: von der Bestellung einheimischer Produkte über wiederverwendbare Kaffeebecher bis hin zu umweltfreundlichen Geschirrspülmaschinen. «Für mich reicht die Nachhaltigkeit aber bis weit über die Gastronomie hinaus. Es beginnt heutzutage schon damit, dass man den Kindern zuhause erklärt, sparsam mit dem Wasser umzugehen», beschreibt Jan Tiepelmann seine Grundhaltung zur Nachhaltigkeit.

In der Grossküche muss der 37-Jährige den Spagat zwischen Kundenwünschen und der sparsamen Verwendung von Esswaren meistern. Er tut dies mit einem vermehrten Angebot von vegetarischen oder veganen Optionen. Genauso wichtig ist es dem Koch, darauf hinzuweisen, was der Wert eines Lebensmittels ist. «Ich weiss genau, woher das Fleisch kommt, wie Bauern über Jahre hinweg ihre Tiere grossziehen. Daher finde ich es schade, wie manche Leute Reste einfach wegwerfen.» Er erkennt jedoch, dass zurzeit in der Gastronomie ein Wandel stattfindet, um zum Beispiel Food Waste zu vermeiden. Dies erfreut den zweifachen Vater nicht nur im beruflichen Sinne, sondern auch persönlich: «Nachhaltigkeit ist für mich sehr wichtig. Ich möchte meinen Kindern etwas hinterlassen.»

Dev Gadgil, 53 Jahre, Unternehmer

«Nachhaltigkeit ist für mich ein sehr breit gefasster Begriff, der nicht nur ökologische oder ökonomische Aspekte aufgreift. Vielmehr ist es ein Handeln, ein Bewusstsein – um Ressourcen so zu nutzen, dass diese wiederverwendbar sind und dauerhaft Bestand haben», erklärt Dev Gadgil, Gründer und Geschäftsführer von drei Technologieunternehmen. Was für den 53-Jährigen ebenfalls zum Begriff dazuzählt, ist das Weitergeben von Wissen. Gerade in seiner Branche ist das Open-Source-Prinzip mit wiederverwendbaren Codes von zentraler Bedeutung.

Als rationaler Mensch begegnet Dev Gadgil Diskussionen über Nachhaltigkeit mit einer ordentlichen Portion Skepsis. «Oft wird das Wort <nachhaltig> geradezu inflationär benutzt. Da ist es sehr wichtig, abzuwägen, was Halbwissen oder Meinungen sind. Ungefärbte Fakten braucht es, um einen gemeinsamen Nenner als Diskussionsgrundlage verwenden zu können.» Dies erachtet der zweifache Familienvater gerade im Austausch zwischen den Generationen als wesentlich. «Die Erde ist limitiert, der Geist und die Kreativität aber nicht. Mit den endlichen Ressourcen müssen wir umgehen. Erst mit Innovation, Forschung und Kreativität können wir gemeinsam faktenbasierte Lösungsansätze finden.»

Ingeburg Wagner, 85 Jahre, Pensionierte

Für Ingeburg Wagner ist Nachhaltigkeit so selbstverständlich wie das morgendliche Aufstehen. Den Begriff in Worte zu fassen, fällt ihr aber nicht leicht. Für sie geht es nicht zuletzt um ein Gefühl: «Für mich bedeutet Nachhaltigkeit, für die Umwelt Sorge zu tragen. Von klein auf fühlte ich mich der Natur verbunden.» Da verwundert es nicht, dass sich die 85-Jährige regelmässig über Stunden in der Gartenarbeit verliert. «Auf dem Balkon baue ich Gemüse an. Bohnen zum Beispiel, aber auch Basilikum und Petersilie. Wenn ich sehe, wie mein Garten wächst, macht mich das glücklich.»

Büchsen oder Fertigprodukte kommen nicht über die Türschwelle der Rentnerin. Wo sie kann, verzichtet sie beim Einkaufen auf Plastik. «Das Preisschild nach dem Abwiegen klebe ich gleich auf den Kohl. Den wäscht man nachher sowieso oder reisst die äussersten Blätter weg», erklärt Ingeburg Wagner. Die Urgrossmutter gibt ihr Wissen gerne weiter. «Vor Kurzem habe ich meinen beiden Enkelinnen erklärt, wie man Löcher in Hemden flickt oder die Reste von Lebensmitteln ganz leicht verwerten kann. Ich glaube schon, dass die junge Generation noch so einiges von der älteren lernen kann.»

Bringt die Corona-pandemie mehr Nachhaltigkeit?



Social Distancing ist ein unpassender Begriff für das, was während der Pandemie geschah. Zwar musste physisch Abstand gehalten werden, doch war das Bedürfnis nach sozialer Nähe und gegenseitiger Hilfe so gross wie nie.

Als die Menschen dazu aufgerufen waren, zu Hause zu bleiben, wurde ihr Bewegungsradius auf einmal sehr klein. Einige lernten ihre Nachbarn besser kennen und betrachteten ihre nahe Umgebung mit anderen Augen. Andere setzten sich verstärkt mit ihren Ernährungs- und Einkaufsgewohnheiten auseinander: Regionalität und gesundheitliche Aspekte standen plötzlich ganz oben auf der Einkaufsliste.

Das spürte auch Sigi Walser vom Bauernhof Haabwalser im Umland von Zürich. Normalerweise verkauft sie Gemüse auf verschiedenen Märkten. Als dies nicht mehr möglich war, wurden sie und ihre Familie nervös. Was sollte mit dem erntereifen Gemüse auf den Feldern geschehen? Schnell fanden sie eine Lösung: Über den



**«Menschliche
Nähe ist ein
Grundbedürfnis.»**

Messaging-Dienst Telegram boten sie Mischpakete an und lieferten das verkaufte Gemüse an verschiedene Abholorte aus. Ausserdem starteten sie einen Hofverkauf. «Viele unserer Kunden fuhren zu uns aufs Land und es ergab sich eine tiefere Kundennähe», so Sigi Walser.

Ebenfalls viel Solidarität mit dem lokalen Kleingewerbe gab es in Bern. Das nachhaltige Foodfestival Kulinata startete dort mit der Initiative #itzerschrächt (jetzt erst recht) ein Onlineverzeichnis für lokale Angebote in der Krisenzeit. Über 60 Projekte wurden darüber geteilt. Es gab Nahrungsmittel aus Restaurants, von Geschäften und von Bauern aus der Region zu bestellen; die geschlossenen Läden erfuhren mit Gutscheinkäufen Unterstützung. «Es ist schön zu sehen, dass die Bevölkerung in dieser herausfordernden Zeit wieder vermehrt auf lokale, saisonale und nachhaltige Produkte setzt», findet Mitinitiantin Rafaela Schmid vom Amt für Umweltschutz der Stadt Bern.

Die Nachbarschaft rückt näher zusammen

Während des Lockdowns entstanden spontan viele Initiativen zur Nachbarschaftshilfe. Diese wurden nicht nur über Zettel im Treppenhaus organisiert. Die Seite hilf-jetzt.ch ist eine nationale Plattform, die Hilfsgruppen und Menschen, die Unterstützung benötigen, zusammenführt. «Wir haben hilf-jetzt.ch zwei Tage vor dem offiziellen Lockdown aufgeschaltet. Die Reaktionen darauf waren überaus positiv», sagt Projektkoordinatorin Vivien Jobé. Viele schienen geradezu auf eine solche Plattform gewartet zu haben: Innert 24 Stunden waren über 100 Gruppen registriert – mittlerweile sind es über 1'000 in der Deutsch- und Westschweiz.

Auch der Luzerner Verein Vicino erlebte, dass viele Menschen schnell und gerne Nachbarschaftshilfe leisten. Vicino bietet normalerweise verschiedene Treffen für Seniorinnen und Senioren an. Während des Lockdowns meldeten sich mehrere Hundert Freiwillige, um Risikogruppen zu unterstützen. Einige Unterstützungsbedürftige und Freiwillige hätten ihre Beziehung sogar so vertieft, dass sie ein festes Tandem gebildet haben, das auch in Zukunft bestehen dürfte, erzählt Christian Vogt, Co-Präsident von Vicino.

Weniger allein in Zeiten der physischen Distanz

Bei den Nachbarschaftshilfen von hilf-jetzt.ch und Vicino gab es nicht nur Nachfragen nach Einkaufshilfen und anderen Botengängen, sondern auch nach persönlichem Austausch. Menschliche Nähe ist ein Grundbedürfnis, das viele Leute in Zeiten des Abstandhaltens nicht befriedigen konnten. Menschen, die in Alters- und Pflegeheimen leben, waren besonders vom Kontaktverbot betroffen.

Mit einer Briefaktion machten Bettina Hamilton-Irvine und ihr Partner diesen Menschen eine Freude. Sie riefen über Facebook die Aktion «Schenk einen Brief» ins Leben. «Das Schönste war, jeweils zu sehen, wie viele Menschen Zeit und Liebe investieren, um einer Person, die sie nicht einmal kennen, eine Freude zu machen», freut sich Bettina Hamilton-Irvine. Sie möchte die Aktion in Zukunft unbedingt weiterführen.

Die Sehnsucht nach Nähe stillte Coach und Journalistin Kafi Freitag mit ihrem Projekt «Binenand» (Beieinander). Die Plattform funktioniert nach einem einfachen Prinzip: Sie verbindet zwei Menschen sofort und anonym zu einem spontanen Gespräch. Kafi Freitag bot mit «Binenand» eine viel genutzte Plattform, um die kleinen Gespräche im Alltag zu ersetzen.

Musik als Take-away

Soziale Nähe entsteht ebenfalls durch gemeinsame Erlebnisse. Gerade den Kulturgenuss teilen viele Menschen gerne mit anderen. Kein Wunder, dass so viele Geschichten von spontanen Balkonmusikaktionen in Social Media geteilt wurden. Damit der Musikgenuss während des Lockdowns nicht auf der Strecke bleibt, startete das Musikprojekt Guerillaclassics kurzerhand die Aktion Soulfood Delivery – ein Take-away-Angebot für Musik. Die Musikerinnen und Musiker reisten mit dem Fahrrad oder zu Fuss an und lieferten musikalische Seelennahrung direkt vor die Haustür, in den Garten oder unter den Balkon.

Es habe viele wunderbare und berührende Momente gegeben, erzählt Jakob Blumer vom künstlerischen Betriebsbüro von Guerillaclassics: «Etwa ein Gastgeber, der extra für das Konzert der ganzen Nachbarschaft Eis liefern liess, die begeisterten Nachbarn, die nach dem Konzert eine Weinflasche vom Balkon zu der Musikerin abseilten, oder die Dame, die meinte, dass sie sich endlich seit Wochen wieder einmal hübsch machen konnte.»

Nachhaltiger aus der Coronakrise?

Die erzwungene Entschleunigung während der Coronapandemie hat die Menschen dazu gezwungen, festgefahrene Muster zu überdenken. Einiges, was uns zuvor als essenziell geschienen hatte, war auf einmal bedeutungslos, während andere Dinge, die wir als selbstverständlich angenommen hatten, schmerzlich vermisst wurden. Der Blick auf die grosse Beteiligung an den vorgestellten Initiativen zeigt: In Zeiten der physischen Distanz wird die soziale Nähe wichtiger.

Wie geht es nun weiter? Darauf haben die Initiantinnen und Initianten der verschiedenen Aktionen ganz unterschiedliche Antworten. «Wir hoffen, dass die positive Erfahrung des <Unterstützens> und des <Unterstützt-Werdens> beim Einzelnen haften bleibt», so die Wunschvorstellung von Vicino-Co-Präsident Christian Vogt. Gleichzeitig sei ihm aber klar, dass der Alltag zurückkehren werde.

Rafaela Schmid von Kulinata wünscht sich, dass die Menschen in Zukunft nachhaltig und lokal einkaufen. Guerillaclassics plant, weiterhin Musik zu den Menschen zu bringen, und will die Livekonzertformate laufend an die neue Situation anzupassen. Und Binenand-Initiantin Kafi Freitag findet: «In der besten aller Welten würden wir uns darauf besinnen, was wir können und bereits haben. Es wäre eine hervorragende Ausgangslage, um der Klimathematik zu begegnen. Dann hätte das Ganze rückblickend etwas Gutes gehabt.»

Ob und was wir aus der Krise lernen, ist noch völlig offen. Die Solidarität, die mit der Coronakrise einherging, macht deutlich, dass ein achtsamerer Umgang miteinander und eine bewusstere Nutzung unserer Ressourcen schnell und unkompliziert möglich sind.

Nachhaltige Anlagen mit ungenutztem Potenzial

Nachhaltige Investments werfen bei vielen Anlegerinnen und Anlegern noch Fragen auf. Die einen beschäftigen sich damit, wie sie Rendite und Nachhaltigkeitsprinzipien verbinden können. Andere wissen noch gar nicht, dass es solche Anlagen überhaupt gibt.

Thomas Trsan, CFA

ESG & Impact Investing Specialist, Vontobel Wealth Management

Nachhaltiges Investieren ist von einem Nischenthema zu einem Trend geworden. So schwierig es noch vor einigen Jahren war, ausgewiesene nachhaltige Anlagen zu finden, so komplex ist heute die Wahl angesichts der Fülle nachhaltiger Lösungen und Ansätze. Der Grundsatz ist jedoch bei allen gleich. Unternehmen müssen gewissen Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungskriterien (auf Englisch: «Environment, Social and Governance») genügen, um der nachhaltigen Anlagephilosophie zu entsprechen.

In Investorenkreisen spricht man in diesem Zusammenhang auch von ESG. Konkret heisst dies, dass die Unternehmen belegen müssen, dass sie mit Ressourcen wie Energie, Wasser und Rohstoffen sparsam umgehen und bei der Produktion die Umwelt schonen. Ferner sollten sie ihren Angestellten faire Arbeitsbedingungen bieten sowie für eine saubere Trennung von Verwaltungsrat und Geschäftsleitung sorgen.

Noch nicht bei allen angekommen

Dass es inzwischen eine grosse Auswahl von Anlagen gibt, die den ESG-Kriterien entsprechen, ist aber bei der Mehrheit des Publikums noch gar nicht angekommen. Dies zeigt eine Studie, die Vontobel in Zusammenarbeit mit dem Financial-Times-Unternehmen Longitude durchgeführt hat. Die Studie «Mit ESG positive Veränderungen vorantreiben» zeigt, dass rund 59 Prozent der Befragten nicht wissen, dass ein Nachhaltigkeitsansatz in Bezug auf Sparen und Anlegen überhaupt möglich ist.

Gleichzeitig ist das Interesse an nachhaltigem Investieren gross. Die vor Jahren noch verbreitete Ansicht, dass die positive ökologische und soziale Wirkung von ESG-Anlagen auf Kosten einer geringeren finanziellen Rendite geschieht, scheint keine Rolle mehr zu spielen. Gegen 65 Prozent glauben sogar, dass ethische Unternehmen bessere Renditen erzielen werden. Des Weiteren wünschen sich 49 Prozent der Befragten mehr Unterstützung und Beratung von ihren Vermögensverwaltern zum Thema Nachhaltigkeit. Nur 17 Prozent der Befragten wurde bisher eine Anlagemöglichkeit im Bereich ESG offeriert. Bei den teilnehmenden Personen, die Allokationen getätigt haben, machen ESG-Ansätze 31 Prozent des Vermögens aus.

Firmen mit nachhaltigen Lösungen im Trend

Anlagetrends spiegeln immer auch gesellschaftliche und politische Entwicklungen wider. Diese deuten darauf hin, dass ESG-Themen Investoren und Vermögensverwalter immer stärker beschäftigen werden. Die Gesellschaft lässt es nicht mehr kalt, wenn vor Banken die «Fridays for Future»-Bewegung mit der Forderung demonstriert, keine Öl- und Gasunternehmen mehr zu finanzieren, oder wenn Kinder bohrende Fragen stellen.

Bei den privaten Anlegerinnen und Anlegern ist bezüglich eines ESG-Ansatzes ein klarer Trend erkennbar. Sie zeigen vermehrt Interesse an Unternehmen, die dank Produkten und Dienstleistungen mit positiver ökologischer und sozialer Wirkung über marktfähige Lösungen

verfügen und finanzielle Erträge erwirtschaften. Insbesondere jüngere Generationen wie die sogenannten Millennials – aber durchaus auch ältere Semester – tätigen Investitionen, die mit ihren persönlichen Werten in Einklang stehen und die durch Produkte und Dienstleistungen die Probleme dieser Welt vermindern oder sogar lösen. Sie fokussieren sich auf konkrete Themen, die ihnen am Herzen liegen, beispielsweise «saubere Technologien», «Kreislauf- und Wasserwirtschaft», «Gesundheit», «Bildung» oder auch «erschwingliches Wohnen».

Im Fokus von Regierungen und Regulierungsbehörden

Längst ist das Thema nachhaltige Anlagen in das Blickfeld von Regierungen und Regulierungsbehörden gerückt. Die Europäische Union hat einen Aktionsplan lanciert, der der Transparenz von nachhaltigen Anlagelösungen dienen soll – eine Art Konsumentenschutz für Investoren. Zudem sieht er vor, dass ökologische und soziale Risiken stärker in den Anlageprozess eingebunden werden.

Auch die US-Notenbank zeigt die Bereitschaft, die Risiken des Klimawandels bei ihren Beurteilungen der finanziellen Stabilität und der Formulierung der Geldpolitik zu berücksichtigen. Ausserdem orientieren sich viele Anbieter von ESG-Anlageprodukten an den 17 Zielen der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung, den sogenannten UN Sustainable Development Goals (SDGs).

Klare Kommunikation nötig

Das generelle Interesse der Anlegerinnen und Anleger, das ungenutzte Potenzial, die gesellschaftliche Entwicklung und das Interesse von Behörden und Regierungen deuten darauf hin, dass ESG-Anlagen in Zukunft immer wichtiger werden. Das bedeutet für Unternehmen, dass sie sich an ESG-Zielen orientieren und noch stärker darauf achten müssen, ihre Fortschritte in den Bereichen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung klar herauszustreichen.

Bereits heute verknüpfen beispielsweise einzelne Unternehmen die Vergütung des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung mit der Erreichung von messbaren ESG-Performance-Zielen. Angesichts der erwähnten Wissenslücken, aber auch angesichts des grossen Interesses der Anlegerinnen und Anleger an ESG-Themen scheint das Potenzial für dieses Marktsegment immer noch riesig. Doch um es effektiver auszuschöpfen, sind die Vermögensverwalter mit ihren Beraterinnen und Beratern mehr denn je gefordert, bei der Erklärung von Nachhaltigkeitsansätzen eine klarere Sprache zu verwenden, die gezielt auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet ist.

Die Nachhaltigkeit ist auf dem Teller gelandet



Was auf den Teller kommt, ist immer auch ein Spiegel der Gesellschaft. Neuerdings spielen bei der Auswahl Nachhaltigkeitskriterien eine wichtige Rolle. Ein «Opfer» dieser veränderten Gewohnheiten ist zum Beispiel die Kuhmilch.

Gesundheitsexpertinnen und -experten, Wissenschaft und Industrie beeinflussen unsere Essensvorlieben stark. Einmal lautet die Empfehlung Margarine statt Butter, dann doch wieder lieber nur Butter. Zwischendurch gilt es, Zucker ganz zu vermeiden; dann ist natürlicher Zucker doch wieder besser als künstliche Süsstoffe. Und auch beim Fleisch oder bei den Kohlehydraten scheiden sich die Geister.

Anders als früher kommen bei der Lebensmittelauswahl zu Gesundheitsaspekten heute Fragen zur Nachhaltigkeit hinzu. Es geht beim Kaufentscheid nicht mehr nur um die Auswirkung der Ernährung auf unseren Körper, sondern auch um Ökologie, Arbeitsbedingungen und das Tierwohl. Aktuelle Kulinariktrends wie Slow Food, Regionalität, Nose to Tail oder Veganismus zeigen das gestiegene Interesse der Konsumenten und Konsumentinnen an nachhaltigen Lebensmitteln. Die Nachhaltigkeitsdiskussion ist auf unseren Tellern gelandet.

Umweltauswirkungen der Lebensmittelproduktion

Ein Drittel der konsumbedingten Umweltbelastung in Europa geht auf unser Essen zurück. Gerade die Tierhaltung ist besonders ressourcenintensiv und verursacht mehr Treibhausgasemissionen als die pflanzliche Landwirtschaft. Auf ein Kilo Schweinefleisch entfällt gleich viel CO₂-Ausstoss wie auf 80 Kilo Kartoffeln – aber es ernährt, gemessen am Ressourceneinsatz, weniger Menschen. So stecken sozusagen in jedem Kilo Schweinefleisch mehrere Tausend Liter Wasser und einige Kilogramm Getreide und Soja als Tierfutter. Im Direktverbrauch würden diese Ressourcen viel mehr Menschen satt machen. Heutzutage fliesst die Hälfte des weltweit angebauten Getreides in die Fleischproduktion und steht nicht für den menschlichen Konsum zur Verfügung. Dies heisst auch, dass mehr Nutzflächen gebraucht werden: einerseits für die Getreideproduktion, andererseits für die Haltung der Tiere.

Ernährungsgewohnheiten haben also einen erheblichen Einfluss auf die Umwelt und den Ressourcenverbrauch. Der gänzliche Verzicht auf tierische Produkte wie Fleisch, Milch und Eier würde die verursachten CO₂-Emissionen bei der Ernährung um 40 Prozent reduzieren. Doch diese

Nahrungsmittel haben in der Ernährungstradition der westlichen Gesellschaften einen hohen Stellenwert. Gibt es überhaupt Alternativen, um zum Beispiel Milch bei der Ernährung wegzulassen?

Die Milch wird hinterfragt

In einem Land wie der Schweiz, in dem Milch in Form von Raclette und Fondue fliesst wie in anderen der Wein oder Kaffee, sind Milchprodukte ein elementarer Bestandteil der Ernährung. Man ist stolz auf die eigene Milchwirtschaft; die Werbung nennt die inländische Produktion oft als Qualitätsmerkmal.

Doch der Nachhaltigkeitstrend deckt einen bisher wenig diskutierten Aspekt auf: die ökologischen Auswirkungen der Milchproduktion. Aufgrund der Verdauung von durchschnittlich fünf Kilo Heu am Tag scheidet eine Kuh täglich 191 Liter Methan aus. Die Wirkung dieses Gases auf die Erderwärmung ist 25 Mal stärker als die von Kohlendioxid und macht ein Drittel des Treibhauseffekts aus. Dies führt dazu, dass die Milchproduktion beziehungsweise der -konsum ähnlich wie die Verwendung von Einwegplastikgeschirr oder Kurztrips per Flugzeug immer mehr hinterfragt werden. Ausserdem gilt Milch nicht mehr unkritisch als «das» gesunde Nahrungsmittel, was zu veränderten Ernährungsgewohnheiten führt. Diese liessen zwischen 2008 und 2018 den jährlichen Milchkonsum in der Schweiz von 75 auf 50 Liter pro Kopf sinken.

Die Nahrungsmittelindustrie reagiert schnell auf die Veränderungen. Pflanzliche Milchalternativen schiessen wie Pilze aus dem Boden: Reis, Hafer, Hanf oder Nüsse – die Ersatzprodukte sind vielfältig. In der EU dürfen diese Produkte aber nicht «Milch» im Namen tragen. Deshalb findet man sie oft unter der Bezeichnung «Drink», wie etwa Mandeldrink.

Im richtigen Moment die passende Alternative

Exemplarisch für den Erfolg von Milchalternativen steht Oatly, ein Haferdrinkhersteller aus Schweden. Lange fristete das Unternehmen ein Schattendasein. Haferdrinks waren zu dessen Gründungszeit in den 90er-Jahren weitgehend unbekannt oder höchstens ein Ersatzprodukt für laktoseintolerante Menschen oder Veganerinnen und

«Imitate könnten einen Grossteil des Fleischbedarfs decken.»

Veganer. Dies änderte sich in den letzten Jahren schlagartig. Oatlys Slogan «Wow no Cow – Wow, keine Kuh» bewährte sich, Haferprodukte wurden immer gefragter. Es kam sogar so weit, dass sie zwischenzeitlich als Mangelwaren galten – in Reformhäusern in der Schweiz genauso wie in New York.

So treiben neue Alternativen die Diskussion um grundlegende Fragen zur Ernährung an: Was soll auf den Teller? Was ist für den Menschen und die Natur gesund? Fragen, die auch in Zukunft immer wichtiger werden, soll die Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung nachhaltig gesichert werden.

Der Speiseplan der Zukunft

Bis 2050 leben Prognosen zufolge beinahe 10 Milliarden Menschen auf der Erde. Um sie alle nach den bisherigen Gepflogenheiten zu ernähren, bräuchten wir massiv mehr Landfläche, nämlich drei Erden. Zudem passen sich Konsumgewohnheiten weltweit dem westlichen Lebensstil an – Fleisch, Eier und Milch sind in Ländern, die diese Lebensmittel bisher kaum auf dem Speiseplan hatten, mit zunehmender Kaufkraft immer gefragter. Bereits heute arbeiten die Lebensmittelindustrie und die Forschung an den Verpflegungsmöglichkeiten von morgen, um der steigenden Nachfrage gerecht zu werden. Die Ansätze gehen über die Effizienzsteigerung der Böden hinaus und bringen bisher unbekannte Speisen auf die Menükarte.

So fanden Insekten als alternative Proteinquelle den Weg auf den Teller. Sie weisen hohe tierische Eiweisswerte auf und sind in der Produktion ressourcenschonender als Fleisch. Köche und Lebensmittelunternehmen tüfteln an neuen Rezepten. Heute findet man Produkte wie Insektenburger, aber auch mit Insektenmehl ergänzte Teigwaren oder Knuspermüsli in den Regalen der Supermärkte.

Für Menschen, die zwar auf Fleisch, aber nicht auf dessen Geschmack verzichten möchten, hält die Industrie ebenfalls Alternativen bereit. Imitate könnten in Zukunft einen Grossteil des Fleischbedarfs decken. Das kalifornische Unternehmen Beyond Meat forschte lange an einem pflanzlichen Burger, der dem Kunden das Gefühl gibt, in Fleisch zu beissen. Nach anfänglichen Finanzschwierigkeiten gelang dem Unternehmen 2019 einer der erfolgreichsten Börsengänge in den letzten 20 Jahren. Bereits seit einigen Jahren arbeiten Hersteller an In-vitro-Fleisch, also im Labor künstlich erzeugtem Fleisch. Der Vorteil: gleicher Genuss mit weniger tierischem Leid. Die Kosten für die Herstellung sind in den letzten Jahren rasant gesunken, was eine rasche Produkteinführung in Supermärkten wahrscheinlicher macht.

Getestet und realisiert werden neue Produktionsmethoden auch bei Pflanzen. Kräuter zum Beispiel werden bereits nicht mehr nur in der natürlichen Umgebung kultiviert, sondern auch in Industriehallen unter künstlichen Bedingungen. Computergesteuerte Indoor-Systeme regeln Nährstoff-, Wasser- und Lichtzufuhr. Die Bodenbelastung wird so minimiert, damit Abwasser und Chemikalien nicht mehr in den Naturkreislauf gelangen. Die sogenannten vertikalen Farmen ermöglichen den Anbau von Lebensmitteln dank der Unabhängigkeit von Umwelteinflüssen dort, wo die Nahrungsmittel gefragt sind. Transportwege und Emissionen in der Logistik fallen dadurch weitgehend weg.

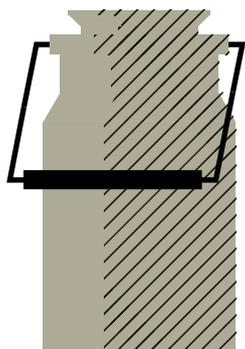
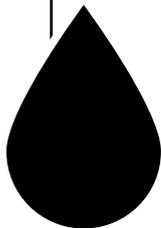
Wenn das Klima mitsst

Bis all diese Alternativen mehrheitsfähig sind, braucht es noch einige Zeit. Unsere Esskultur ist über Jahrhunderte entstanden und Gewohnheiten lassen sich nur schwer ändern. Um die Nahrungssicherheit aber auch in Zukunft zu garantieren, wird der Mensch gezwungen sein, das Bekannte zu hinterfragen und Alternativen zu finden. Es geht bei der Ernährung um weit mehr als die eigene Gesundheit. Auch die Nachhaltigkeit findet ihren Platz in unseren Mägen.

75 Liter

pro Kopf/Jahr

Milchkonsum 2009



Milchkonsum 2018

50 Liter

pro Kopf/Jahr

191 Liter

Methan pro Tag



5 Kilo

Heu pro Tag



Hanf

Hafer

Reis

Nüsse

Pflanzliche
Milchalternativen

Soja



**«Eine CO₂-Lenkungsabgabe wäre absolut fair.
Wer mehr konsumiert und damit Umweltkosten
verursacht, zahlt mehr.»**

Ernst Fehr

Nachhaltiges Handeln muss attraktiver werden

Die Kosten für nachhaltiges Verhalten sind zu hoch. Darin sind sich Psychologie und Ökonomie einig. Die beiden Fachgebiete haben aber unterschiedliche Lösungen, wie Menschen motiviert werden können, beispielsweise der Umwelt weniger zu schaden.

— **Herr Fehr, woher kommt die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln in Bezug auf Nachhaltigkeit?**

Aus ökonomischer Sicht gibt es eine ganz einfache Antwort: Umweltfreundliches Handeln kostet etwas. Diese Kosten können ökonomischer oder psychologischer Natur sein. Psychologische Kosten entstehen beispielsweise, wenn eine Konsumentin oder ein Konsument aus Rücksicht auf die Nachhaltigkeit auf etwas verzichtet, was sie oder er eigentlich tun möchte.

— **Wie können zum Beispiel Konsumentinnen und Konsumenten trotzdem motiviert werden, umweltschonendere Entscheidungen zu treffen?**

Die beste Lösung wäre eine CO₂-Lenkungsabgabe. Bei dieser bezahlen alle Unternehmen proportional zum CO₂-Gehalt ihrer Produkte und Dienstleistungen eine Umlage an den Staat, um die tatsächlichen Kosten für die Umwelt abzubilden. Diese Kosten werden den Konsumentinnen und Konsumenten über höhere Preise weitergegeben. Die Einnahmen bleiben aber nicht in der Staatskasse, sondern fliessen an die Bürgerinnen und Bürger zurück. Dabei erhält jeder Haushalt einen Durchschnittswert. Die Lenkungsabgabe mit Rückzahlung verhindert, dass der Staat mehr Ressourcen für sich beansprucht.

— **Oft wird die gesellschaftliche Fairness solcher Lösungen infrage gestellt.**

Eine CO₂-Lenkungsabgabe wäre sehr fair. Viele Studien belegen, dass Haushalte mit mehr Einkommen einen höheren ökologischen Fussabdruck haben, ganz unabhängig von ihrer Einstellung zur Umwelt. Wer mehr

konsumiert und damit mehr Umweltkosten verursacht, zahlt letztlich also auch mehr. Es bekommen aber alle gleich viel zurück. Da diese Rückzahlung für ärmere Haushalte verhältnismässig viel Geld ist, findet als Nebeneffekt zudem eine wünschenswerte soziale Umverteilung statt. Für ärmere Haushalte werden die höheren Einkaufspreise kompensiert, während reichere Haushalte durch ihren Mehrkonsum im Durchschnitt mehr bezahlen.

— **Allein an das gute Gewissen zu appellieren, reicht also nicht?**

Ein moralischer Appell allein ist zu wenig stark, um alle Menschen zu einem Verhalten zu bewegen, das für sie mehr Kosten verursacht. Wenn Steuern zahlen freiwillig wäre, würde es niemand tun. Obwohl damit für die Gesellschaft wichtige Infrastrukturen und Einrichtungen finanziert werden.

«Schlussendlich müssen wir als Gesellschaft zusammenarbeiten, um das Problem zu lösen.»

Stephanie Moser

— **Mit Nudging kann unbewusstes Verhalten beeinflusst werden, beispielsweise wenn ein Stromanbieter als Standard grünen Strom liefert, es sei denn, der Kunde beziehungsweise die Kundin beantragt etwas anderes. Was halten Sie davon?**

«Nudging» ist sinnvoll, um kleine Verhaltensänderungen zu erzielen. Dies funktioniert aber nur bei Leuten, die grundsätzlich bereit sind, sich umweltfreundlich zu verhalten, und dafür lediglich eine Erinnerung brauchen. Wenn jemand mit der Umwelt gar nichts am Hut hat, wird ein Nudge in diese Richtung nicht funktionieren.



Ernst Fehr

Ernst Fehr ist Professor für Mikroökonomie und experimentelle Wirtschaftsforschung an der Universität Zürich. Gemäss NZZ-Ökonomen-Ranking ist er einer der einflussreichsten Ökonomen im deutschsprachigen Raum.



Stephanie Moser

Stephanie Moser hat an der Universität Zürich in Psychologie promoviert. Sie forscht und lehrt am Interdisziplinären Zentrum für Nachhaltige Entwicklung und Umwelt (CDE) an der Universität Bern und ist Co-Leiterin des Bereichs Sozioökonomische Transitionen.

— **Welche Rolle spielen Grassrootbewegungen wie beispielsweise die Klimajugend, die aus der Basis der Bevölkerung entstehen, bei der Sensibilisierung für nachhaltiges Verhalten?**

Es ist gut, dass es eine Bewegung gibt, welche die Leute positiv beeinflusst. Diese Initiative wird aber nur Erfolg haben, wenn sie politische Massnahmen zur Folge hat. Moralisieren allein ist keine Lösung.

— **Die aktuelle Jugendbewegung löst auch Widerstand aus. Woran liegt dies?**

Das hat viele Gründe. Manche Gegner wissen, dass gewisse Produkte teurer werden, wenn die Forderungen der Klimajugend Gehör finden. Dann gibt es Menschen, die es grundsätzlich schlecht finden, dass überhaupt demonstriert wird, und die am Status quo festhalten wollen. Generell ist die Umweltbewegung aber mittlerweile in allen Lagern von links bis rechts angekommen. Die Bereitschaft, den Klimawandel zu stoppen, ist da.

— **Sie halten also die angesprochene Lenkungsabgabe für politisch machbar?**

Ich halte das für absolut realistisch. Die Frage ist nur, wie lange der Prozess dauert. Natürlich kann die Schweiz die Welt nicht retten, aber als gut funktionierendes Land könnte sie ein Vorbild sein.

— **Was sagen Sie Kritikerinnen und Kritikern, die übermässige Eingriffe in die individuelle oder wirtschaftliche Freiheit ablehnen?**

Jede Ökonomin, jeder Ökonom weiss, dass man Verhalten, das anderen Schaden zufügt, durch irgendeine Form von Zwangsabgabe korrigieren kann und soll. Wir haben heute ein Trittbrettfahrerproblem. Wenn ich fliege, müssen andere dafür in Form einer schlechteren Umwelt «bezahlen». Da ist es auf alle Fälle besser, wenn die Verursacherin beziehungsweise der Verursacher über

die Bezahlung eines höheren Flugpreises selbst für diese Kosten aufkommen muss. Dadurch entsteht für alle ein Anreiz, weniger zu fliegen. Die Verhinderung des Klimawandels kommt schliesslich allen zugute.

— **Frau Moser, wissen wir überhaupt genug über klimaschonendes Verhalten?**

Bei der Frage nach dem Verhältnis der ökologischen Auswirkungen der einzelnen Verhaltensweisen gibt es noch viel Aufklärungsbedarf. Ein Thema wie die Ernährung beispielsweise wird sehr oft beleuchtet. Dagegen stehen die Bereiche Wohnen und Fortbewegung, die einen entscheidenden Anteil des CO₂-Ausstosses ausmachen, bei den einzelnen Menschen seltener im Zentrum.

— **Aber wir lesen fast täglich vom Klimawandel, viele machen sich Sorgen. Dennoch geht es mit der CO₂-Einsparung nur sehr langsam voran. Warum verhalten sich die meisten Menschen nicht immer nachhaltig?**

Da spielt die angesprochene Wissenslücke schon eine Rolle. Zentral ist aber, dass klimaschonendes Verhalten im Vergleich mit klimaschädlichem Verhalten oft unattraktiver ist. Es kostet mehr, ist unbequem und zeitintensiv. Unser ganzes System ist nicht auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.

— **Was müsste getan werden, damit wir uns nachhaltiger verhalten?**

Ich sehe hier drei Ansätze: Der erste ist das Wissen. Es gilt, Informationen verfügbar zu machen, zu beraten und zu überzeugen. Dazu gehört, attraktive Lösungsansätze aufzuzeigen, anstatt lediglich die Problematik des Klimawandels zu betonen. Vielmehr soll jede und jeder Einzelne wissen, was er und sie konkret tun kann. Zweitens muss klimaschonendes Verhalten attraktiver werden und es



muss auch tatsächlich möglich sein. Ohne Fahrradwege ist es beispielsweise unattraktiv und gefährlich, mit dem Fahrrad durch die Stadt zu fahren. Drittens braucht es positive Beispiele. Wir müssen konkret aufzeigen, dass wir nicht auf alles verzichten müssen, um den Klimawandel zu stoppen, sondern dass wir klimaschonend ein angenehmes Leben führen können.

— **Wie bringt man die Menschen dazu, nicht nur an sich selbst zu denken, sondern an die Bevölkerung als Ganzes?**

Die Klimabewegung hat gezeigt, dass es viele Menschen gibt, denen das Klima am Herzen liegt. Sichtbarkeit ist entscheidend. Die Grundsatzfrage ist, mit welcher Gruppe ich mich persönlich identifiziere. Als Menschen haben wir eine sogenannte Selbstidentität, die aus verschiedenen Aspekten besteht. Je nach Situation steht ein anderer Aspekt im Vordergrund. In einer Situation sehe ich mich als Teil der Menschheit und fühle mit Leuten in Südamerika mit, die unter dem Klimawandel leiden. Zu einem anderen Zeitpunkt ist mir die Ferienplanung mit der Familie wichtiger. Die Klimabewegung hilft dabei, dass ich mich in mehr Situationen mit einer grösseren Gruppe identifiziere. Das Zugehörigkeitsgefühl zur Menschheit als grosses Ganzes wird wichtiger.

— **Warum löst die Bewegung trotzdem so viel Widerstand aus?**

Ich empfinde die Reaktionen auf die Klimabewegung mehrheitlich als positiv. Sie funktioniert bei vielen Menschen als Türöffner, denn sie spricht ein oft bereits vorhandenes Unwohlsein an. Aber natürlich treffen die Aktivistinnen und Aktivisten mit ihren Forderungen einen wunden Punkt. Sie zeigen, dass das Problem nicht einfach mit grünem Konsum gelöst werden kann. Es braucht neue Möglichkeiten und auch den Konsumverzicht. Das setzt eine grundsätzliche Änderung des Systems voraus, und dieses Unterfangen ist anstrengend.

— **Was halten Sie von Nudging?**

Viele Alltagsentscheidungen treffen wir relativ unreflektiert und unbewusst. Nudging macht sich dies zunutze, indem es eine Entscheidungssituation so beeinflusst, dass eine klimaschonende Möglichkeit gewählt wird. Als Begleitmassnahme ist das nützlich. Aber die für das Klima zentralen Entscheidungen wie Wohnen und Fortbewegung werden sehr bewusst getroffen und können nicht durch Nudging beeinflusst werden. Es braucht eine gesellschaftliche Perspektive.

— **Was meinen Sie damit?**

Schlussendlich müssen wir als Gesellschaft zusammenarbeiten, um das Problem zu lösen. Mir ist es wichtig, zu betonen, dass es nicht einfach eine Person oder ein Mittel gibt, die beziehungsweise das den Klimawandel allein stoppen kann.

— **Welche Rolle spielt der Gesetzgeber bei einer gesellschaftlichen Lösung?**

Der Gesetzgeber nimmt zum Beispiel bei der Gestaltung des Energiepreises eine zentrale Rolle ein. Dieser müsste die negativen Folgekosten für Mensch und Klima abbilden und somit die tatsächlichen Kosten widerspiegeln. Zudem kann der Gesetzgeber mit gutem Beispiel vorangehen, indem er beispielsweise bei Beschaffungsaufträgen nicht nur Preis-, sondern auch Umweltkriterien berücksichtigt. Natürlich kann er Verbote erlassen; gerade bei Technologien, zu denen es gute ökologischere Alternativen gibt. Was der Gesetzgeber konkret unternimmt, hängt von der Gesellschaft ab. Wir alle sind nicht nur Konsumentinnen und Konsumenten, sondern auch Bürgerinnen und Bürger, die das Gesetz und Anreizsystem mitgestalten können.

Nachhaltiges Investieren auf dem Weg zum Mainstream

Fragen zum Klimawandel bewegen die Welt. Immer mehr Investorinnen und Investoren finanzieren gezielt Unternehmen und Projekte, die positive Veränderungen bewirken, indem sie sich mit ESG-Fragen befassen.

Thomas Trsan, CFA
ESG & Impact Investing Specialist, Vontobel Wealth Management

Der Klimawandel beherrscht die Schlagzeilen auf der ganzen Welt. Die jüngsten verheerenden Waldbrände in Australien und in Alaska im vergangenen Sommer, Klimaaktivistinnen und -aktivisten, die Siemens dazu drängen, das Kohleabbauprojekt mit Adani in Australien zu stoppen, und die Ernennung von Greta Thunberg zur «Person des Jahres» 2019 durch das Time Magazine sind nur einige Beispiele, die die Aufmerksamkeit der Investoren und Investorinnen auf eines der dringendsten Themen unserer Zeit lenken.

Nachhaltigkeit war auch das Hauptthema der diesjährigen Ausgabe des Weltwirtschaftsforums (WEF) in Davos unter dem Motto «Stakeholder für eine solidarische und nachhaltige Welt». Die Davoser Elite wurde in der Vergangenheit oft dafür kritisiert, dass sie zur sozialen Verantwortung der Unternehmen nur Lippenbekenntnisse abgibt, statt tatsächlich zu handeln. Greta Thunberg forderte deshalb die am WEF anwesenden globalen Führerinnen und Führer in einer Podiumsdiskussion dazu auf, vollständig und unverzüglich auf die Verwendung von fossilen Brennstoffen zu verzichten.

Investoren und Investorinnen sowie Unternehmen setzen Nachhaltigkeitsziele

Mehrere Vermögensverwalter sind in letzter Zeit dafür kritisiert worden, dass sie sich durch ihre Investitionsentscheidungen nicht aktiv an Nachhaltigkeitsthemen beteiligen und durch die Nichtausübung ihrer Stimmrechte nichts zur Lösung der verschiedenen Probleme beitragen. Der weltgrösste Vermögensverwalter, Blackrock, kündigte an, sich aus Investitionen mit hohem

Umweltrisiko, wie Kohle, zurückzuziehen. Sein CEO, Larry Fink, bezeichnete diesen Schritt als «eine fundamentale Umgestaltung des Finanzwesens» und unterstrich, dass der Klimawandel ein «entscheidender Faktor für die langfristigen Aussichten von Unternehmen» sei.

Es ist höchste Zeit, sich für einen grüneren Planeten, eine bessere Lebensqualität für die Gesellschaft und eine bessere Zukunft für unsere Kinder stark zu machen. Immer mehr Anlegerinnen und Anleger investieren gezielt in Unternehmen, die sich dafür einsetzen, die Klimaziele zu erfüllen. So gibt es beispielsweise Bankensyndikate, die Unternehmenskredite mit ESG-Leistungszielen verknüpfen – sogenannte nachhaltigkeitsgebundene Kredite. Der Zinssatz solcher Kredite ist direkt an vorher festgelegte Nachhaltigkeitsziele gebunden, die von entsprechenden Ratingagenturen geprüft werden. Je besser die ESG-Performance ist, desto niedriger ist der Zinssatz, den das Unternehmen an die Investorin oder den Investor zahlen muss.

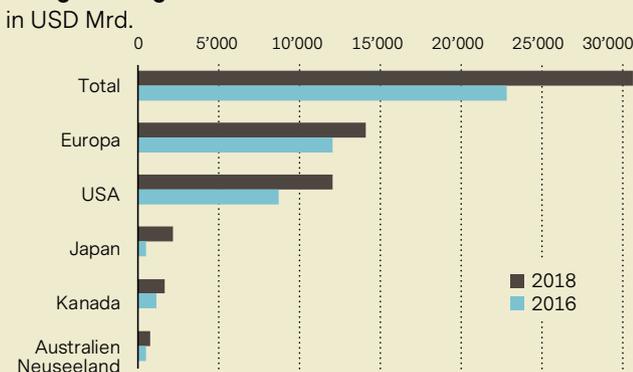
Der französische Industriegaskonzern Air Liquide hat vor Kurzem ein Darlehen unterzeichnet, das die finanziellen Kosten zu seinen Nachhaltigkeitszielen in Beziehung setzt. Im November 2019 passte das Unternehmen ein bestehendes Darlehen in Höhe von EUR 2 Milliarden an und wird künftige Zinssätze an die Erfüllung von drei seiner wichtigsten ESG-Ziele binden. Diese Ziele beziehen sich auf die direkten und indirekten CO₂-Emissionen des Konzerns, den Anteil von Frauen unter den Ingenieuren und Managern sowie die Häufigkeit von Arbeitsunfällen mit Ausfallzeiten pro eine Million Arbeitsstunden.

Institutionelle Investoren als Treiber des ESG-Trends

In den letzten Jahren hat die nachhaltige Investitionstätigkeit ein bemerkenswertes Wachstum erfahren und ist dabei, sowohl für institutionelle als auch für private Anlegerinnen und Anleger zum Mainstream zu werden. Der Gesamtmarkt für nachhaltigkeitsgebundene Kredite überstieg 2018 USD 43 Milliarden. Vermögenswerte, die eine ESG-Strategie anwenden, verbuchen heute bereits mehr als ein Drittel der gesamten globalen Investitionen auf sich. Dieser Trend signalisiert eine fundamentale Verschiebung in der Gesamtwirtschaft. Immer mehr Anlegerinnen und Anleger erkennen, dass die Schaffung von nachhaltigem Wert nicht nur finanzielle Erträge generiert.

Nachhaltige Investitionen sind leicht zugänglich und tragen dazu bei, die Welt zu verbessern. Die starke Nachfrage nach nachhaltigen Investitionen ist zu einem grossen Teil auf institutionelle Anleger zurückzuführen. Einige der weltweit grössten institutionellen Investoren, der «Government Pension Global Fund» in Norwegen und der «Government Pension Investment Fund» aus Japan, haben sich beispielsweise für nachhaltige Anlagestrategien entschieden. Das gilt auch für viele Vermögensverwalter, die Nachhaltigkeitskriterien zunehmend als Standard in ihren Selektionsprozess integrieren.

Starkes globales Wachstum des nachhaltigen Anlagevermögens

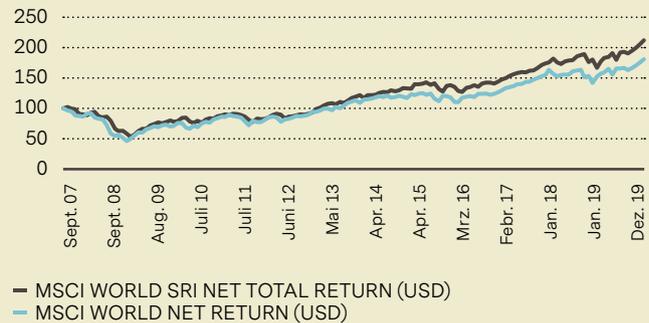


Quelle: Global Sustainable Investment Review 2019, GSIA

Aber auch immer mehr Privatkundinnen und -kunden wollen ihre Anlagen mit ihren persönlichen Werten in Einklang bringen und sicherstellen, dass sie damit etwas bewirken. Knapp ein Drittel der 4'700 von Vontobel im Rahmen der Studie «Mit ESG positive Veränderungen vorantreiben» in 14 Ländern befragten Personen gab an, die eigenen Spar- und Anlageentscheidungen nach ESG-Prinzipien getroffen zu haben. Dennoch gibt es mehr Spielraum für ESG-Investitionen, da 65 Prozent der Befragten glauben, dass ethische Unternehmen höhere Renditen erzielen werden.

Nachhaltiges Investieren rückt auch in den Mainstream, da die Praxis zeigt, dass keine geringere Rendite in Kauf genommen werden muss und dass es sogar möglich ist, den Markt zu schlagen und die Volatilität zu reduzieren, insbesondere wenn in Unternehmen investiert wird, welche über ein gutes Risikomanagement in Bezug auf ESG-Risiken verfügen.

Der globale nachhaltige Aktienindex erzielte zwischen 2007–2019 höhere Renditen als der Referenzindex



Quelle: Bloomberg

Drei Schlüsselstrategien für nachhaltiges Investieren

Es gibt keine «Einheitsstrategie» für private und institutionelle Kundinnen und Kunden, aber drei Hauptstrategien, die Investorinnen und Investoren verfolgen können. Die grösste und älteste nachhaltige Anlagestrategie ist die Vermeidung von Investitionen, die nicht den persönlichen Werten der Anlegerin beziehungsweise des Anlegers entsprechen, und zwar durch den Ausschluss gewisser Sektoren, wie zum Beispiel Tabak oder Waffen.

Die zweite Strategie besteht darin, in Unternehmen zu investieren, die über ein etabliertes und aktives ESG-Risikomanagement verfügen, beispielsweise klare Umweltziele (wie und bis wann der CO₂-Ausstoss reduziert wird), soziale Ziele (wie die Wertschöpfungskette gesteuert und überwacht wird) oder Corporate-Governance-Strukturen (wie die Rechte von Minderheitsaktionären geschützt werden).

Eine dritte Strategie besteht darin, zu einer positiven ökologischen und sozialen Wirkung beizutragen. Dazu wird in Unternehmen investiert, die nachhaltige Produkte und Dienstleistungen anbieten, die die Welt und die Gesellschaft verbessern und in Bereichen wie Energie, Bildung und Gesundheit erschwinglich sind.

Mit nachhaltigen Investitionen etwas Positives bewirken und eine positive finanzielle Rendite erzielen

Vermeiden nicht wertkonformer Investitionen

Ausschluss von Branchen



× Tabak



× Waffen



× Nuklear



× Kohle

Firmen mit gutem Risikomanagement

Nachhaltige Geschäftspraktiken

E

Umwelt

- CO₂-Emissionen
- Abfall
- Ressourcenverbrauch

S

Soziales

- Arbeitsbedingungen
- Lieferantenüberwachung
- Gleichstellung

G

Governance

- Unabhängige Leitung
- Aktionärsrechte
- Vergütungspolitik

Eine positive ökologische und soziale Wirkung erzielen

Erschwingliche Lösungen für eine bessere Welt und Gesellschaft



Energie

Wasser



Gesundheit

Bildung



Wohnen

Digital Finance



Wie Kultur unser Nachhaltigkeitsverständnis formt

Den Menschen ohne Kultur gibt es nicht. Sie wird jedem in die Wiege gelegt und prägt das eigene Weltbild und Wertesystem. Weil Kultur im Kern des Menschseins steckt, hat sie grosses Potenzial, Nachhaltigkeit dauerhaft zu verankern.

«Nachhaltigkeit beruht auf Werten. Und damit sind wir bei der Kultur. Denn Werte haben immer mit Kultur zu tun», sagt Gabriele Rippl. Als Professorin für Literaturen in englischer Sprache an der Universität Bern forscht sie zu Fragen der kulturellen Nachhaltigkeit.

Um den Einfluss von Kultur im Bereich Nachhaltigkeit in seiner Ganzheit zu verstehen, lohnt sich ein näherer Blick auf die Bedeutung des Wortes. «Kultur» stammt vom lateinischen Wort für «pflegen – colere» ab. In der deutschen Sprache wurde Kultur anfangs als Fachbegriff für Forstwirtschaft verwendet. Heute ist die Wortbedeutung viel breiter zu verstehen. «Im Prinzip ist Kultur für uns der alles umfassende, alle Lebensbereiche integrierende Horizont», erklärt Gabriele Rippl. So umfasst Kultur nicht nur die schönen Künste wie Tanz, Literatur, Film oder Musik, sondern eben auch Lebensstile, Traditionen und Überzeugungen. Kultur formt unser Zusammenleben sowie das Verständnis und die Beziehung zur Natur, zur Welt und zum Kosmos.

Wie uns Kultur beeinflusst

Auch der Nachhaltigkeitsdiskurs ist kulturell beeinflusst. «Unsere Art der Auseinandersetzung mit Fragen, seien diese ökonomischer, ökologischer oder sozialer Natur, wird zum Beispiel auch durch Erziehung vermittelt. Sie beruht auf bestimmten Wahrnehmungsmustern, Erkennt-

nissen, Wissensbeständen und Werten», erklärt die Professorin. Wie wir Geldpolitik betreiben, wie wir unsere Energieversorgung gewährleisten, wie wir gesellschaftliche Inklusion vorantreiben oder welche Themen auf die Bildungsagenda kommen – diese und andere Aspekte, mit denen sich jede Gesellschaft beschäftigt und zu denen sie Entscheidungen trifft, wirken sich auf Nachhaltigkeit im weitesten Sinne aus.

So weit ist eines klar: Die kulturelle Prägung definiert, was für eine Art Leben wir führen (wollen) und auf welche Grundwerte wir uns als Gesellschaft einigen. Kultur schwingt immer mit. Aber kann Kultur bewusst eingesetzt werden, um zum Beispiel einen Wandel der Gesellschaft zu mehr Nachhaltigkeit zu beschleunigen?

Das Potenzial aktiv nutzen

Lange hat die Forschung das Nachhaltigkeitsthema aus einer naturwissenschaftlich-technologischen Perspektive betrachtet. Der Fokus lag vor allem auf den Veränderungen in Umwelt und Natur, zum Beispiel den Gletscherschmelzen sowie Niederschlags- oder Dürreperioden. Fragen zu Machtgefällen, soziopolitischen Unterschieden und kulturellen Werten, die einen Einfluss auf die sozialen, ökologischen und ökonomischen Aspekte der Nachhaltigkeit haben, wurden kaum berücksichtigt.



«Gerade die Ergänzung des Diskurses um die kulturwissenschaftliche Komponente erlaubt heute neue Fragestellungen, die das Handeln in den Vordergrund stellen: Welche Zusammenhänge bestehen zwischen unseren Verhaltensweisen und Phänomenen wie dem Klimawandel, Ökorrassismus und ökologischer Ungerechtigkeit? Welche Art von nachhaltiger Weltgemeinschaft möchten wir schaffen?» weist Gabriele Rippl auf das Zusammenspiel der Disziplinen hin.

In der Folge plädieren politische Akteurinnen und Akteure immer häufiger dafür, Kultur in ihrer Ganzheit und als den allumfassenden Horizont für jegliche nachhaltige Entwicklung zu verstehen. Die von den Vereinten Nationen verabschiedete Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung nennt zahlreiche Nachhaltigkeitsziele, die in direktem Bezug zur Kultur stehen, zum Beispiel die Entwicklung von nachhaltigem Tourismus, der lokale Bräuche und Produkte schützt, oder die Förderung einer Friedenskultur. Die Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur, UNESCO, attestiert der Kultur gar die Macht, globale Herausforderungen nachhaltig zu adressieren. Denn Kultur definiert das Verhältnis des Menschen zu anderen Gesellschaften und zur Natur und ist damit der Ursprung des Handelns.

Auf nationaler Ebene ist diese neue Sichtweise bereits angekommen. In der Schweiz zum Beispiel unterstreicht der Bundesrat in seiner Kulturbotschaft, dass politische Strategien bei der Förderung nachhaltiger Entwicklung deutlich stärker auf die Aspekte der Kultur und Kreativität ausgerichtet werden müssen. In Deutschland hat das Kulturstaatsministerium zusammen mit Vertreterinnen und Vertretern der Film- und Fernsehbranche eine gemeinsame Erklärung zu mehr Umweltschutz bei Kino-, Serien- und Fernsehproduktionen unterschrieben.

Die Kunst, über Emotionen zu kommunizieren

Die Film- und Fernsehbranche wie auch die gesamte Kunstbranche haben aber nicht nur das Potenzial, selbst nachhaltiger zu werden. Sie können in ihren Werken das Thema Nachhaltigkeit in den Vordergrund rücken. «Die Kreativität erlaubt uns, aus dem Gewohnten auszubrechen und Dinge anders zu sehen», so Gabriele Rippl über die Möglichkeiten der schönen Künste. In Form der bildenden oder der darstellenden Künste hat Kultur das Potenzial, vor Augen zu führen, was sonst nicht sichtbar ist, und so über Emotionen zu kommuni-

zieren. «Ich kann mich in einem Roman in eine Welt hineinversetzen, ohne dass dies Handlungsfolgen für mich hat. Das ist ein Diskurs, den andere Disziplinen so nicht führen können», hält Gabriele Rippl fest. Ein Beispiel für solche Diskurse ist der Film «Avatar», der auf spielerische Weise die Beziehung zu unserem Planeten thematisiert. Künstler wie George Steinmann thematisieren dagegen reale Situationen wie das Eindringen von invasiven Organismen in das Baltische Meer durch den Frachtschiffverkehr mit in Kunstinstallationen.

«Es sind gerade diese künstlerischen Produkte der Kultur, die eine Schlüsselfunktion übernehmen können. Denn Werte werden auch mittels Literatur, im Film oder durch religiöse Narrative entwickelt, geformt und verhandelt und prägen in der Folge unsere Entscheidungen und unser Verhalten», folgert Gabriele Rippl. Kultur lasse uns in Form von Kunst darüber nachdenken, welche Werte unseren Lebensstilen zugrunde liegen und welche Folgen unser Verhalten hat.

Eine Frage der Kultur

Obwohl die Welt immer näher zusammenrückt, bleiben kulturelle Ausprägungen und Unterschiede bestehen. Jede Kulturgemeinschaft nimmt ihr Umfeld anders wahr. Jede Kultur hat ihre eigenen Werte – und damit ihren eigenen Nachhaltigkeitsansatz. Generische Aufforderungen, das eigene Verhalten zu verändern, laufen daher Gefahr, den gewünschten Effekt zu verfehlen. Die Menschen müssen sich mit dem anvisierten Wandel identifizieren können.

«Jedes Wertesystem kann seinen eigenen Beitrag leisten. Dabei können sich Werte auch verändern», betont Gabriele Rippl die Dynamik von Kultur, die immer den Bogen zwischen Vergangenheit und Zukunft spannt. Traditionen werden bewahrt, gleichzeitig wird Bestehendes hinterfragt. Die Veränderungen sind aber nicht immer offensichtlich. Die gestiegene Anzahl von Second-Hand-Läden steht für einen Kulturwandel in der Mode, Urban Gardening hinterfragt die aktuelle städtebauliche Kultur. Diese kleinen Beispiele verdeutlichen, wie facettenreich Kultur ist und dass sie sich aus Teilkulturen in den unterschiedlichsten Lebensbereichen zusammensetzt. Jeder hat und kann Einfluss auf Veränderungsprozesse nehmen. «Es sind solche kleinen Statements und Veränderungen im Verhalten, die ganz Neues formen können», fügt Gabriele Rippl Kultur und Nachhaltigkeit zusammen.

Von Gleichstellung profitieren alle

In Gleichstellung zu investieren, ist kein altruistisches Vorhaben. Unternehmen können so das ökonomische Wachstum fördern, eine gesündere Bilanz gewährleisten und die Innovation neuer Produkte und Dienstleistungen unterstützen.

Die Gleichstellung der Geschlechter hat einen grossen Einfluss auf die Weltwirtschaft. Gemäss dem McKinsey Global Institute könnte diese bis 2025 um USD 28 Billionen wachsen, was dem Bruttoinlandsprodukt (BIP) der USA und Chinas zusammengenommen entspricht. Voraussetzung dafür ist, dass die Lücken in der Geschlechtergleichstellung geschlossen werden.

Diese Erkenntnis setzt sich bei Investoren wie Investorinnen langsam durch. Sogenanntes Gender Lens Investing (GLI) gewinnt zunehmend an Dynamik. Es bietet die Möglichkeit, Portfolios mit Wirkungszielen abzustimmen. Gleichzeitig können Renditen erzielt werden. Denn mit Geschlechtergerechtigkeit ist ein schnelleres Wirtschaftswachstum assoziiert.

Gleichstellung lohnt sich auf allen Stufen

Es gibt zahlreiche Studien, die bestätigen, dass sich die Förderung von Gender Diversity auch finanziell lohnt. Unternehmen mit Geschäftsführerinnen haben diejenigen ohne Frauen übertroffen: mit einer höheren Eigenkapitalrendite, einem höheren durchschnittlichen Umsatzwachstum, einem höheren Preis/Buchwert und solideren Bilanzen. Darüber hinaus zeigen Studien, dass Unternehmen mit einem höheren Frauenanteil im Management in Finanzkrisen widerstandsfähiger sind. Unternehmen mit hoher Geschlechterdiversität zahlen in der Regel auch höhere Dividenden.

Die Repräsentation von Frauen zahlt sich nicht nur in den Führungsgremien aus. Gender Diversity und Vielfalt im Allgemeinen lohnen sich für Unternehmen auf jeder Stufe. In Teams gilt: je unterschiedlicher die Hintergründe der einzelnen Mitglieder, desto besser die Leistung. Voraussetzung dafür ist die Fähigkeit von Führungskräften, diese Teams zu managen und eine gemeinsame Basis

zu schaffen. So können unterschiedliche Perspektiven zusammenkommen. Es wird kontroverser diskutiert und es werden mehr Aspekte berücksichtigt. Daraus resultiert eine höhere Wahrscheinlichkeit, eine gute Antwort auf eine Fragestellung zu finden oder ein erfolgreiches Produkt zu entwickeln.

Power of Diversity bei Vontobel

Um Firmen hervorzuheben, die sich für Diversity einsetzen, hat Vontobel den Power-of-Diversity-Index zusammengestellt. Damit ein Unternehmen dafür infrage kommt, hat Vontobel verschiedene Kriterien definiert. Die beiden wichtigsten sind: mindestens eine Frau in der Rolle als CFO oder CEO und mindestens ein Frauenanteil von 25 Prozent im Verwaltungsrat. Zudem wird analysiert, ob Frauen generell in der Geschäftsleitung vertreten sind und ob es Gleichbehandlung bezüglich Lohn und Karriere sowie Möglichkeiten zur flexiblen Arbeitsgestaltung gibt.

Auch intern wird bei Vontobel Gender Diversity grossgeschrieben. Vontobel glaubt an Chancengleichheit und treibt die Bemühungen um Integration und Vielfalt voran. Erfahren Sie mehr dazu im Interview mit der HR-Verantwortlichen Caroline Knöri.

Interview mit Caroline Knöri, Head Corporate Human Resources bei Vontobel

— **Frau Knöri, als Teil der unternehmerischen Diversität ist Gender Diversity – geschlechtsspezifische Diversität – ein prominentes Thema. Was muss man sich darunter vorstellen?**

Diversity im Allgemeinen bedeutet Chancengleichheit. Bei Gender Diversity im Unternehmen geht es darum,

Unternehmen mit höherem Frauenanteil im Management

- Widerstandsfähiger in Finanzkrisen

Unternehmen mit hoher Geschlechterdiversität

- Höhere Dividenden

Unternehmen mit Geschäftsführerinnen

- Höhere Eigenkapitalrendite
- Höheres durchschnittliches Umsatzwachstum
- Höherer Preis/Buchwert
- Solidere Bilanzen



dass Frauen und Männer im Beruf die gleichen Karriere-möglichkeiten haben sowie dieselbe Bezahlung erhalten und dass niemand aufgrund seines oder ihres Geschlechts diskriminiert wird. Dies bedeutet keinesfalls eine Spezialbehandlung von Frauen, sondern dass alle Stimmen gleich viel Gehör finden.

— Warum ist das wichtig?

Gender Diversity ist wichtig für die Gesellschaft als Ganzes. Frauen machen 50 Prozent der Bevölkerung aus. Da ist es nur fair, dass sie dementsprechend repräsentiert sind. Es geht nicht darum, die Geschlechter gegeneinander auszuspielen, sondern um Respekt und Anerkennung.

— Welche Rolle spielen Männer?

Das Thema geht sie ebenso an wie Frauen, deshalb sollten sie sich dafür einsetzen. Ich halte Gender Diversity in Unternehmen für eine Führungsaufgabe. Da Männer in Führungspositionen noch immer stärker repräsentiert sind, kommt ihnen auch eine führende Rolle bei der Herstellung von Geschlechtergerechtigkeit zu.

— Wie ist Ihrer Meinung nach die Finanzbranche aufgestellt bezüglich Gender Diversity?

Die Finanzbranche ist immer noch sehr männlich geprägt. Die Entwicklung hin zu mehr Ausgeglichenheit geht nur sehr langsam voran. Darum braucht es vielerorts verstärktes Engagement von allen Seiten für das Thema.

— In welchen Bereichen sehen Sie das grösste Verbesserungspotenzial?

Es ist nötig, auf verschiedenen Stufen anzusetzen: Die fehlenden Vorbilder an der Spitze sind ein Problem. Denn junge Frauen können durch weibliche Führungskräfte motiviert werden, selbst eine solche Position anzustreben. Auch das Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie halte ich für entscheidend. Fehlt diese, verlieren wir viele gut ausgebildete Mütter. Übrigens sollten auch Väter von guten Rahmenbedingungen profitieren können.

— Wie schafft Vontobel das richtige Umfeld für Chancengleichheit?

Wir achten darauf, dass es keine Unterschiede bei der Rekrutierung, den Karrierechancen, der Bezahlung oder den Aufnahmeverfahren in Gremien gibt. Wir verwenden regelmässige Reports und Daten und analysieren die Situation laufend. Vontobel hat gerade das Konzept für den Elternurlaub überarbeitet. Neu erhalten Väter beziehungsweise Partnerinnen oder aber Partner in gleichgeschlechtlichen Beziehungen nach der Geburt eines Kindes oder nach einer Adoption einen Monat Urlaub. Gleichzeitig haben wir die Rückkehr ins Berufsleben für Mütter flexibler gestaltet. Nach dem Elternurlaub bieten wir freiwillige Coachings an. Coaches unterstützen Eltern dabei, sich in der neuen Situation zu etablieren.

— Können Sie weitere Beispiele für das Diversity-Engagement von Vontobel nennen?

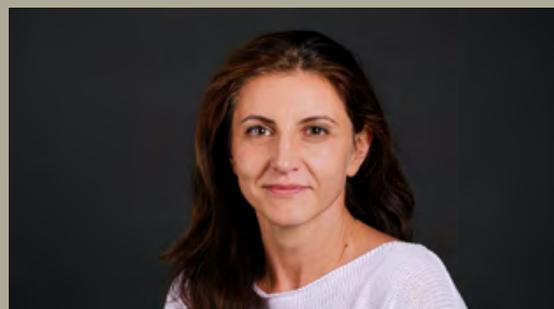
Bei Vontobel gibt es eine Freiwilligen-Community zum Thema Diversity. Viele Mitglieder dieser Community engagieren sich sehr leidenschaftlich für das Thema – Frauen wie Männer. Die Community bietet eine informelle Plattform, über die sich Mitarbeitende all unserer Standorte über Diversity austauschen können. Wir verfügen über diverse externe Kooperationen, die das Thema unterstützen, organisieren Events und informieren regelmässig über aktuelle Diversity-Themen, dies nicht nur mit Fokus auf die Geschlechter. Wir sind ein internationales Unternehmen. Die Bedürfnisse sind von Region zu Region sehr verschieden.

Vontobel unterstützt ausserdem die Networking-Veranstaltungen von Advance und Fondsfrauen. Dabei können sich alle austauschen, die Gender Diversity fördern wollen. Um Voreingenommenheit entgegenzuwirken, bieten wir beispielsweise konkrete Mentorings für Interview-Techniken an. Auch ist das Thema integraler Bestandteil aller Leadership-Ausbildungen.

— Wie erleben Sie bei Vontobel die Vorteile und Herausforderungen der Gender Diversity?

Ich würde mir mehr Frauen in Führungspositionen wünschen. Mit unserem CEO Dr. Zeno Staub haben wir einen Mann an der Spitze, der das Thema sehr ernst nimmt. Dass sich das Engagement von Führungskräften auszahlt, zeigen sowohl unser Asset Management als auch unsere Wealth Management-Teams. Die beiden Geschäftsleitungsmitglieder Axel Schwarzer und Georg Schubiger sind ebenfalls grosse Unterstützer von gemischten Teams und Führungsgremien und investieren in die Gewinnung und Förderung von Frauen. Daraus folgt, dass das Wealth Management wie auch das Asset Management Bereiche sind, in denen das Geschlechterverhältnis am ausgeglichensten ist und ein entsprechend attraktives Umfeld bietet für neue Mitarbeitende.

— Abschliessend zusammengefasst: Wie sähe aus Ihrer Sicht die optimale Geschlechterverteilung im Unternehmen aus? 50 zu 50.



Caroline Knöri

Caroline Knöri hat an der Freien Universität Berlin Politik- und Sozialwissenschaften mit Vertiefung Arbeitnehmerbeziehungen studiert und den Master in HR und internationaler Mobilität der Ecole Normale Supérieure de Cachan Paris und Weiterbildungen im Bereich Executive Coaching absolviert. Sie ist Head Corporate Human Resources bei Vontobel.

Künstliche Intelligenz als Weltverbesserer



Künstliche Intelligenz regt die Fantasie der Menschen an, seit es Computer gibt. Zwischen vielseitigen Zukunftsszenarien kommt ihr Potenzial für eine nachhaltige Wirtschaft oft zu kurz. Zeit für einen Blick auf ihre Rolle als Weltverbesserer.

Die Frage, welche Folgen immer intelligenter werdende Maschinen für die Menschheit haben, ist Stoff unzähliger Romane und Filme. Künstliche Intelligenz (KI) ist jedoch nicht mehr nur Science-Fiction, sondern längst im Alltag angekommen. Ganz selbstverständlich – und oft, ohne es zu wissen – nutzen wir sie in Anwendungen wie Suchmaschinen, Übersetzungstools oder Sprachassistenten.

Die Frage, was KI eigentlich ist, lässt sich gar nicht so leicht beantworten. Vereinfacht kann KI als Computerprogramm beschrieben werden, das lernt und sich stetig selbst verbessert und weiterentwickelt. Dieser Prozess heißt maschinelles Lernen. Unsere Foto-Apps auf dem Smartphone beispielsweise haben gelernt, verschiedene Bildinhalte zu erkennen, und können darum Bilder automatisch ordnen.



Analyse von Handlungsfeldern und Massnahmen

Neben nützlichen Anwendungsmöglichkeiten für den Alltag machen sich Forschung und Wirtschaft seit längerem Gedanken darüber, wie sie KI für mehr Nachhaltigkeit einsetzen können. Es gibt unzählige potenzielle Anwendungsbereiche, in denen KI das Zusammenleben der Menschen besser und den Planeten gesünder machen kann, sei es in der Landwirtschaft, in der Medizin, in der Forschung oder in der Logistik.

KI kann dabei helfen, überhaupt zu erkennen, wo Handlungsbedarf oder Probleme bestehen. Adaptive Sicherheits- und Warnsysteme stellen ein vielversprechendes Anwendungsfeld dar. Eine KI-Software kann beispielsweise in Echtzeit Wetter- und Verkehrsdaten miteinander vergleichen und so eine detaillierte Karte der Luftqualität erstellen. KI könnte dabei sogar Angaben für die Bereiche machen, für die noch gar keine Daten vorhanden sind. Dank solcher Simulationen ermöglicht KI frühzeitiges Handeln und kann auch zum Aufspüren von Umwelt-sündern und -sünderinnen beitragen.

Mit einer KI-Analyse könnte zudem überprüft werden, ob Massnahmen an der richtigen Stelle wirken. Eine Echtzeitanalyse der Verwendung des Wortes «Netz» in Radioprogrammen und den sozialen Medien könnte aufdecken, dass die Bevölkerung in Namibia die von einer Nichtregierungsorganisation verteilten Malaranetze in der Realität als Fischernetze statt als Schutz vor Mücken verwendet.

Bestehendes effizienter machen

Es gibt unzählige Möglichkeiten, um mit KI die bestehende Infrastruktur effizienter zu machen und besser zu nutzen. Beispielsweise gibt es beim Energieverbrauch viel Potenzial. Auf die Optimierung des Stromverbrauchs von Privathaushalten zielt der britische Übertragungsbetreiber National Grid ab. Er hat eine Software entwickelt, die eine Art Wetterbericht für sauberen Strom abgibt. Sie sagt unter anderem anhand von Wetterdaten voraus, wann der Strommix besonders viel Solarstrom enthält. Verbraucherinnen und Verbraucher könnten dann ihren Waschgang in diese Zeit mit geringen CO₂-Kosten verlegen.

Auch in der Logistik gibt es viele Möglichkeiten zur Optimierung. Projekte in der Bauwirtschaft beispielsweise sind äusserst komplex. Lieferketten und einzelne Schritte müssen aufeinander abgestimmt sein. Oft entstehen Verzögerungen und Verteuerungen aufgrund von mangelnder Kommunikation, fehlender Transparenz oder der Unzugänglichkeit von Informationen. Mit KI können Bauprojekte nachhaltiger ablaufen. Zum Beispiel könnte auf Grundlage der Lieferdaten von Bauteilen die Projektplanung in Echtzeit automatisch gesteuert werden.

Neue nachhaltige Ideen

Ständig tüfteln Start-ups und andere Technologie-Unternehmen an neuen Methoden, um Herausforderungen im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit zu meistern, beispielsweise in der Medizin. Viele Todesfälle in Krankenhäusern sind darauf zurückzuführen, dass die Verschlechterung des Zustands der betreffenden Patientin oder des betreffenden Patienten zu spät registriert wird. KI, die Patientinnen und Patienten ständig beobachtet, könnte lernen, zu erkennen, wann eine Veränderung des Zustands gefährlich wird, und in diesem Fall Alarm schlagen. Dies würde das Klinikpersonal entlasten und könnte langfristig auch zur besseren Krankheitsvorbeugung nützlich sein.

Sehr viel Potenzial haben Ideen für die Nutzung von KI in der Landwirtschaft. Das Schweizer Start-up Gamaya entwickelt intelligente Systeme, die Schädlinge und Nährstoffbedarf auf Feldern erkennen und Prognosen zur Erntemenge erstellen. Anstatt Pestizide und Dünger flächendeckend zu sprühen, kommen sie so gezielt zum Einsatz. Vielleicht machen Unkrautroboter die Pestizide sogar bald komplett überflüssig. Hierfür müssten die intelligenten Maschinen lernen, Unkraut zu erkennen. Um Landwirtschaft effizient zu betreiben, sind heutzutage meist Monokulturen nötig. Wäre die KI aber fähig, zwischen «guter» und «schlechter» Begleitflora zu unterscheiden, könnte man grossflächig nachhaltigere Mischkulturen betreiben. Dies würde die Biodiversität fördern.

Optimierung der Rechenleistung und Ethik entscheidend

Aktuell benötigen KI-Anwendungen enorme Rechenleistungen und verschlingen deshalb grosse Energiemengen. Daher ist einerseits der Strommix, mit dem die KI betrieben wird, entscheidend. Andererseits muss weiter in die Verbesserung der Rechenleistung investiert werden. Das Gute dabei: KI selbst kann das Training und den Betrieb von KI effizienter machen, zum Beispiel durch die intelligente Steuerung von Rechenzentren.

Gegenüber KI haben viele Menschen ethische Bedenken. Diese beziehen sich oft auf die in der Science-Fiction gestellte Urfrage: Wie beeinflussen autonome Maschinen das Selbstbestimmungsrecht des Menschen? Während

ethische Diskurse früher Philosophen vorbehalten waren, führen sie nun auch Bürgerinnen und Bürger am Küchentisch, so zum Beispiel in der Diskussion um selbstfahrende Autos. Sollen diese in erster Linie den Fahrer beziehungsweise die Fahrerin schützen oder nach dem Prinzip funktionieren, dass möglichst wenig Menschen verletzt werden? Auch wenn dies unter Umständen für die Person am Steuer tödlich sein kann? Dass sich an Ethikdiskussionen wie dieser so viele Menschen beteiligen und damit die Meinung vieler berücksichtigt wird, ist für die Ausgestaltung und Akzeptanz der KI wertvoll.

Transparenz und Recht auf die eigenen Daten

Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Entwicklung von nachhaltiger KI ist die Transparenz der Daten. Private Technologiefirmen haben in Sachen Datenmengen selbst Regierungen einiges voraus. Ihre riesigen Daten-Pools sind für die Entwicklung von KI eine entscheidende Ressource und bieten ihnen einen enormen Vorsprung.

Oft ist nicht klar, wer welche Daten speichert und wer die Nutzung reguliert. Das macht vielen Menschen Sorgen. Mit Blick auf die Menge an gespeicherten Informationen über die Nutzerinnen und Nutzer stellt sich zudem die Frage, welche Rechte die einzelnen Nutzerinnen und Nutzer an ihren Daten haben. Rating-Agenturen, die Unternehmen weltweit in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitsleistung bewerten, stellen daher seit einigen Jahren gezielt Fragen im Hinblick auf deren Datensicherheit und Datennutzung.

Weg zu einer positiven KI-Bilanz

Wie die zahlreichen Projektbeispiele zeigen, sind die Anwendungsmöglichkeiten für KI riesig. Sie kann Handlungsfelder aufspüren und Probleme lösen, die für Menschen zu komplex sind. Sie kann die Gesundheit von Menschen und die Umwelt schützen und Prozesse effizienter machen.

Damit eine positive Bilanz übrig bleibt, sind Ethik und Transparenz entscheidend. Zudem lohnt es sich, in die Verbesserung der Rechenleistung zu investieren. Mit diesen Punkten als Grundlage schaffen Wirtschaft und Forschung optimale Voraussetzungen für den Einsatz von KI als Weltverbesserer.



Alexandra Helbling
Managing Director bei CALIDA

Janine Weiz-Bühler
Director Brand & Product bei CALIDA



Sustainable before it was cool

Der Schweizer Wäschehersteller Calida hat in seiner fast 80-jährigen Geschichte einige Veränderungen und Trends erlebt. Einen Trend hat die Marke nicht mitgemacht, sondern gesetzt: Nachhaltigkeit.

Dass Calida für Qualität steht, ist bekannt und wird geschätzt. Heute hat es sich die Marke mehr denn je zum Ziel gesetzt, ein Bewusstsein für hochwertige und nachhaltige Produkte zu schaffen. Der Nachhaltigkeitsanspruch zieht sich durch die gesamte Produktionskette. Insgesamt stammen rund 90 Prozent der verwendeten Stoffe aus der Schweiz, Österreich und anderen europäischen Ländern. Verarbeitet werden nur hochwertige Materialien, die nach Oeko-Tex-Standard 100 zertifiziert sind.

Vom Rohstoff bis zum Produkt

2016 hat Calida als erste Wäschemarke das Label Made in Green by Oeko-Tex eingeführt. Das externe Produkt-Label ermöglicht die detaillierte Rückverfolgbarkeit der Lieferkette bis zu den Rohstoffen. Zertifizierte Produkte werden ausschliesslich mit Materialien hergestellt, die auf gesundheitsgefährdende Substanzen geprüft sind. Die zertifizierten Produkte müssen ausserdem in umweltfreundlichen Betrieben an sicheren und sozialverantwortlichen Arbeitsplätzen hergestellt werden. Das Label umfasst die Nachhaltigkeit und Transparenz nicht nur in der Fertigteilproduktion, sondern auch in der Stoffproduktion.

Seit Herbst 2016 ist die komplette Calida-Kinderkollektion zertifiziert. Hinzu kommen immer mehr Serien der Damen- und Herrenkollektion. Ziel ist es, in den nächsten Jahren den Anteil der Produkte laufend zu erhöhen und damit die Mehrheit der Calida-Kollektion mit Made in Green by Oeko-Tex zu zertifizieren. Jeder «Made in Green»-Artikel lässt sich per Produkt-ID zurückverfolgen.

Nachhaltigkeit im Kreislauf

Manche Anforderungen an Wäsche sind zeitlos, andere ändern und entwickeln sich laufend. Nachhaltige Produkte zu entwerfen, ist komplex, erfordert viel Know-how und die Bereitschaft, ständig dazuzulernen. Ein ganzes Experten-Team kümmert sich am Calida-Hauptsitz in Sursee, Luzern, darum, neue Produkte aus innovativen Materialien zu kreieren, die ihrer Zeit voraus sind.

Eine Innovation im Bereich der Nachhaltigkeit: die 100% Nature-Kollektion aus Tencel beziehungsweise Lyocell. Der komplett kompostierbare Stoff aus 100 Prozent Zellulose wird in einem geschlossenen, besonders ressourcenschonenden Kreislauf aus nachhaltiger Forstwirtschaft hergestellt. Alle Bestandteile der Produkte können nach Gebrauch restlos in den biologischen Kreislauf zurückgeführt und weiterverwertet werden.

Aus Liebe zur Natur

100% Nature ist eine Liebesgeschichte, die 2018 mit einem einfachen weissen T-Shirt begann. Heute, nur zwei Jahre später, umfasst die 100% Nature-Linie mit Tagwäsche, Nachtwäsche und Loungewear für Damen und Herren die gesamte Produktpalette von Calida und wird laufend weiter ausgebaut. Selbst Knöpfe, Elastikbünde und Prints sind zu 100 Prozent sauber kompostierbar. Mit der Liebe zu solchen Details, die letztlich den grossen Unterschied machen, stellt Calida Tradition und Innovationskraft gleichermaßen unter Beweis.

Im Frühjahr 2020 wurde Calida für die Cradle-to-Cradle-Kollektion 100% Nature mit dem Schweizer Ethikpreis ausgezeichnet. Diese Auszeichnung bestärkt Calida darin, die Vision von 100 Prozent zirkulärem Design und kreislauffähigen Produkten engagiert weiterzuentwickeln. Neuestes Kapitel ist hierbei die branchenweit erste zu 100 Prozent kompostierbare Designer Capsule Collection, die in Zusammenarbeit mit dem avantgardistischen Luxusmodehaus Viktor&Rolf entstanden ist.

calida.com



Nachhaltigkeit im Kleinen

Selbstgemachtes währt am längsten

Manche Lebensmittel sind vielseitiger anwendbar, als man denkt. Sie lassen sich zum Beispiel als plastikfreie und umweltfreundliche Hausmittel einsetzen. Der Experimentierfreude beim Selbermachen sind kaum Grenzen gesetzt. Die Anwendung erfolgt auf eigene Verantwortung.

Roggenmehl für seidiges Haar

Statt im Supermarkt aus der Masse an Shampoos auszuwählen, reicht ein Griff ins Küchenregal. Einfach zwei Esslöffel Roggenmehl mit Wasser anrühren, in die Kopfhaut massieren, etwas einwirken lassen und sanft mit Wasser ausspülen.

Saubere Zähne mit Natron

Bewahren Sie Natron nicht nur in Ihrem Küchenschrank auf – auch ins Badezimmer gehört das Wundermittel. Natron wirkt genauso effektiv gegen Karies wie handelsübliche Zahnpasten. Denn für die Mundhygiene ist vor allem das mechanische Putzen von Bedeutung.

Natron für glänzende Autoräder

Man mixe ein halbes Glas Natron und einen Teelöffel biologisch abbaubare Kern- oder Schmierseife in einem Eimer mit warmem Wasser. Et voilà: Mit der selbstgemachten Mischung und einer Handbürste lässt sich auch der übelste Schmutz auf den Autofelgen wegschrubben.

Zum Frühlingsputz etwas Essig

Eine Sprühflasche mit Wasser und Essig eignet sich bestens, um Staub zu entfernen oder die Fenster zu putzen. Eine Mischung aus 500 Milliliter Wasser und acht Esslöffeln Essig reinigt praktisch jede Oberfläche. Je nach Vorliebe sorgen 12 bis 15 Tröpfchen ätherische Öle oder etwas Zitronensaft für einen angenehmen Duft.

Ist die Begeisterung am grünen «do it yourself» einmal geweckt, inspirieren Blogs wie wastelandrebel.com und utopia.de mit weiteren Tricks.

Nachhaltiges und kinderfreundliches Holz

Nachhaltiger Spielspass mit Holz

Es lohnt sich nicht nur aus Liebe zur Natur, auf nachhaltige Holzspielzeuge zu setzen. Erwiesenermassen hat Holz eine positive Auswirkung aufs Gemüt. Und entspannte Kinder wünschen sich schliesslich alle Eltern.

Die Alternative zu Lego

Ob gigantische Türme oder fantasievolle Figuren: Eine Alternative zum gängigen Plastik-Lego stellt die japanische Marke «Mokulock» her. Mit den hölzernen «Lego-Steinen» kann die Baulust nach Belieben ausgelebt werden.

mokulock.biz

Das Fahrrad für Spass und Balance

Für mutige Flitzerinnen und Flitzer, die über Stock und Stein fahren, und für alle, die die Balance auf dem Rad noch üben müssen. Die Holzlaufräder von «Like a Bike» sind wertvolle und schöne Weggefährten für Kinder, die schneller von A nach B wollen.

kokua.de/#LIKEaBIKE

Die Kuh als Sinnbild für die Schweiz

Die Trauffer-Kuh ist eines der Schweizer Symbole schlechthin. Seit jeher setzt der Hersteller auf 100 Prozent FSC-zertifiziertes Schweizer Holz. Wer mehr als nur eine Kuh möchte, kann aus einer ganzen Tierwelt wählen.

trauffer-holzspielwaren.ch

Die Eisenbahn für nachhaltiges Reisen

Der Spielzeugklassiker darf in keiner Spielkiste fehlen. «EverEarth» stellt eine Vielfalt an Eisenbahnen und Schienenteilen aus hochwertigem und FSC-zertifiziertem Vollholz her. Neue Linien zu legen, fördert die kreative Fingerfertigkeit und die Begeisterung am Zugfahren.

everearth-shop.eu/produkt-kategorie/kinder/eisenbahn

Nachhaltigkeit in der Popkultur

Kunst, Filme und Blogs regen zum Denken an

Kunst und Kultur geben uns in vielerlei Hinsicht Denkansätze. Neben Museen oder Theatersälen animiert uns auch zunehmend der digitale Raum zum Hinterfragen. Ob die Serien der Streaming-Dienste oder die Social-Media-Beiträge Kunst sind, darüber lässt sich streiten. Zu unserer Kultur und damit zum gesellschaftlichen Diskurs gehören sie allemal.

Inspirierende Kunstausstellungen

Ein Museum, das sich allein in den Dienst der Nachhaltigkeit gestellt hat, ist das Museu do Amanhã am Hafen der pulsierenden Stadt Rio de Janeiro in Brasilien. Den Gebäudekorporus hat der Star-Architekt Santiago Calatrava aus recycelten Materialien konzipiert. Im Inneren verbinden mehrere Ausstellungen Wissenschaft und Kunst und zeigen Herausforderungen wie auch Lösungsansätze auf.

museudoamanha.org.br/en

Wenige Klicks zum nachhaltigen Diskurs

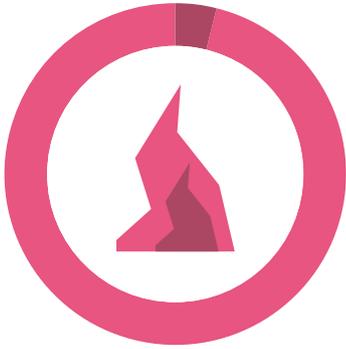
Al Gores «An Inconvenient Truth» galt lange Zeit als die Mutter aller Filme über den Klimawandel. Heute ist die Filmsprache anspruchsvoller geworden. Der Film «Minimalism» wurde weltweit millionenfach über Netflix gestreamt. Er thematisiert unseren Konsum und zeigt auf, inwiefern ein minimalistischer Lebensstil sowohl der Umwelt als auch der menschlichen Psyche guttut. Die beiden Protagonisten diskutieren ihre Anliegen ausserdem im Podcast «The Minimalists».

theminimalists.com/podcast

Neuartige Typen von Influencerinnen und Influencern

Die Verwendung von Hashtags wie #sustainablefashion ist in den letzten Jahren rasant gestiegen. Influencerinnen und Influencer, die sich dem Thema Nachhaltigkeit verschrieben haben, gewinnen immer mehr Followerinnen und Follower. Manche nennen sie auch «Sinnfluencer(-in)», denn sie wollen mit ihren Geschichten zu nachhaltigem Konsum anregen. Minimalismusexpertin Courtney Carver zum Beispiel erklärt, wie einfach es sich mit 33 Kleidungsstücken im Schrank lebt. Wer lernen möchte, weniger Abfall zu produzieren, wird bei Lauren Singer fündig. Sie schafft es, den Müll von drei Jahren in einem Marmeladenglas unterzubringen.

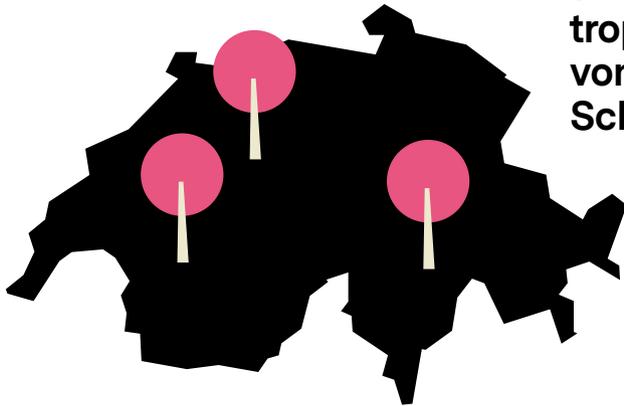
instagram.com/bemorewithless
trashisfortossers.com



Weltweit haben nur etwa

4 Prozent

aller Waldbrände eine natürliche Ursache.



Jährlich verschwindet
tropischer Wald
von der Grösse der
Schweiz.

Shampoo kann aus
Roggenmehl selbst
gemacht werden.



Ethische
Unternehmen
= bessere
Renditen?



65 Prozent

Ja, sagen
der Befragten einer Vontobel-Studie.



Jede zweite Anlegerin,
jeder zweite Anleger
wünscht sich, dass das
eigene Geld «Gutes tut».



Dafür steht ESG:

Environment Social Governance

Nachhaltigkeit ist kein neuer Trend.
Hans Carl von Carlowitz sprach

schon 1713

von der nachhaltigen Nutzung der Wälder.

**Die Kreativität erlaubt uns,
aus dem Gewohnten
auszubrechen und Dinge
anders zu sehen.**

Gabriele Rippl
Professorin an der Universität Bern

Von Krankenhaus bis
Landwirtschaft – hier agiert

KI

als Weltverbesserer.



Vontobel – unternehmerische Verantwortung aktiv leben

Seit der Gründung von Vontobel ist Nachhaltigkeit ein zentrales Element des Wertesystems. Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft – nachhaltiges Handeln ist eine permanente Aufgabe.

«Es geht darum, unternehmerisch, langfristig und nicht nur an sich selbst zu denken.» Mit diesem kurzen Satz verdeutlicht Dr. Maja Baumann, Mitglied des Verwaltungsrates und Vertreterin der vierten Generation der Familie Vontobel, was unternehmerische Verantwortung und damit nachhaltiges Handeln für Vontobel bedeutet.

In dieser Aussage steckt auch eine grundsätzliche Denkhaltung, der Vontobel seit der Gründung treu geblieben ist: Unternehmerischer Erfolg, Stabilität und Nachhaltigkeit gehen Hand in Hand. Mit anderen Worten: Nachhaltigkeit ist eng verbunden mit einer konsequenten Ausrichtung an den Kundenbedürfnissen und mit einer langfristig erfolgreichen und stabilen Geschäftspolitik.

Eine solche Ausrichtung und Geschäftspolitik sind für Vontobel die Basis, um als Unternehmen seine Verantwortung in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Gesellschaft aktiv zu leben. Ein Fokus unserer nachhaltigen Wachstumsstrategie als global aktives Investmenthaus liegt auf den Kompetenzen und unserem Angebot für nachhaltiges Investieren. Im Rahmen unserer ökologischen Nachhaltigkeit wollen wir unseren CO₂-Fussabdruck kontinuierlich reduzieren und unterstützen die Ziele des Pariser Klimaabkommens. An den Unternehmensstandorten trägt Vontobel zur regionalen Wertschöpfung bei und engagiert sich für Themen und Projekte, die für die Stabilität und Weiterentwicklung des Gemeinwesens relevant sind.

Anlegen mit positiven Effekten

Als global tätiges Investmenthaus sind wir uns unserer Verantwortung bewusst, bei der nachhaltigen Umgestaltung unserer Wirtschaft und Gesellschaft für künftige Generationen eine aktive Rolle zu übernehmen. Das bedeutet, dass wir die Initiative ergreifen, um mit unseren Kunden über die vor uns liegenden Herausforderungen zu sprechen – aber auch, um aufzuzeigen, welche Chancen dieser umfassende Transformationsprozess für sie als Anleger schafft. So liegt ein Fokus unserer nachhaltigen Wachstumsstrategie als Unternehmen auf dem weiteren Ausbau unserer Kompetenzen und unserem Angebot für nachhaltiges Investieren. Für die nachhaltigen Anlagestrategien erhält Vontobel immer wieder Auszeichnungen, zum Beispiel die hervorragenden Ratings im Rahmen der «Principles for Responsible Investment (UN PRI)», einer Initiative der Vereinten Nationen.

Eigene Emissionen reduzieren

Seit dem 1. Januar 2009 ist Vontobel klimaneutral. Dies verdeutlicht, dass wir dem Umwelt- und Klimaschutz in der gesamten Unternehmenstätigkeit einen hohen Stellenwert beimessen. Unsere Produkte und Prozesse gestalten wir möglichst klimaschonend. Dazu gehört zum Beispiel, dass wir nicht mehr benötigte funktionsfähige elektronische Geräte an Non-Profit-Organisationen zur Weiterverwendung abgeben. Parallel vermindern wir laufend die klimabelastenden Emissionen unseres Betriebs und steigern das Bewusstsein für das Thema bei unseren Mitarbeitenden und in der Öffentlichkeit. Die Einhaltung von hohen Umwelt- und Sozialstandards erwarten wir auch von unseren Geschäftspartnern und -partnerinnen und haben darum in unseren «Richtlinien für die nachhaltige Beschaffung» zum Beispiel unsere Einkaufsbedingungen festgelegt.

Gesellschaftlich engagiert

Als Arbeitgeber sind wir überzeugt, dass die Kompetenzen und das Know-how der Mitarbeitenden für den langfristigen Erfolg des Unternehmens entscheidend sind. Aus diesen Gründen sind Aus- und Weiterbildung, Gesundheit sowie die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben bei Vontobel zentral. Ausserdem wichtig sind uns die Themen «Diversity» und «Inclusion»: Die Anzahl der Frauen im Senior Management wollen wir kontinuierlich steigern und wir wollen im Unternehmen einen ausgewogenen Altersmix fördern.

Im Gemeinwesen engagiert sich Vontobel in verschiedenen Bereichen. Als Mitglied der Corporate Support Group des Internationalen Komitees vom Roten Kreuz (IKRK) tragen wir dazu bei, dass stetig und weltweit humanitäre Hilfe geleistet wird. Im Rahmen dieser Partnerschaft lanciert Vontobel jährlich eine interne Spendeninitiative, an der sich die Mitarbeitenden rege beteiligen. Weiter gehört Vontobel zu den Unterstützern der international bedeutenden Münchner Sicherheitskonferenz (MSC). Diese engagiert sich unter dem Motto «Frieden durch Dialog» für die friedliche Beilegung von Konflikten.

Als für eine funktionierende Gesellschaft unverzichtbar betrachtet Vontobel auch Kunst und Kultur. Kunst zu fördern und sie in unseren Alltag zu integrieren, ist Aufgabe der Vontobel-Kunstkommission. Zu ihr gehören auch kunstbegeisterte Mitarbeitende, die in die Entscheidungsprozesse involviert sind. Schwerpunkt unserer Sammlung sind Kunstwerke aus dem Bereich zeitgenössische Fotografie, die wir in unseren Räumlichkeiten zeigen. Mit «A New Gaze», dem Förderpreis für junge zeitgenössische Fotografie, untermauert Vontobel diesen Schwerpunkt und gibt seinem Kunstengagement eine klare, zeitgenössische und zukunftsweisende Richtung.

Nachhaltigkeit ist eine permanente Aufgabe

Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit ist eine permanente Aufgabe für alle Unternehmensbereiche. Daher sind sie alle im Vontobel Nachhaltigkeitskomitee vertreten. Das Gremium, das CEO Dr. Zeno Staub direkt leitet, legt die Nachhaltigkeitsstrategie mit konkreten Zielen fest.



Christian Schilz

Christian Schilz hat an der Universität Trier und in den USA Wirtschafts- und Sozialwissenschaften studiert. Vor seinem Studium absolvierte er seinen Wehrdienst und anschliessend eine kaufmännische Ausbildung in der Metallindustrie. Seit 2004 ist er bei Vontobel tätig und leitet heute das Team Corporate Responsibility. Christian Schilz ist Stiftungsrat der Klimastiftung Schweiz.

«Wir möchten mit der Kunst leben»

Kunst ist ein unverzichtbarer Teil der Gesellschaft. Indem sie uns auffordert, zu hinterfragen und Dinge mit einem neuen, frischen Blick zu betrachten, trägt Kunst zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft bei.



Mitarbeiterrestaurant mit Werk «First Contact» (2007) von Anne Morgenstern
© the artist/Foto: Anne Morgenstern

— **Frau Baselgia, Kunst und Nachhaltigkeit:
Wo sehen Sie die Zusammenhänge?**

Kultur und Kunst sind essenzielle Teile jeder Gesellschaft. Kunstschaffende suchen Wege, unser Dasein zu reflektieren und einzuordnen. Aus dieser Perspektive ist die Kunstproduktion an sich etwas Nachhaltiges. Als Betrachter profitieren wir von der Auseinandersetzung der Künstlerinnen und Künstler, die sehr oft mit dem Thema Nachhaltigkeit verbunden ist. Dank kritischer und überraschender Herangehensweisen helfen sie uns, Problemstellungen in einem völlig neuen Licht zu betrachten. Kunst dient somit dem gesellschaftlichen Diskurs und sollte aus unserer Sicht aus einem langfristigen Interesse heraus gefördert werden. Jede Künstlerin und jeder Künstler braucht während den verschiedenen Stadien ihres beziehungsweise seines Schaffens Sammler und Sammlerinnen, die sie begleiten. Im Hinblick auf ökonomische Motive trifft man auf dem Kunstmarkt öfter eine kurzfristige, spekulative Denkhaltung an. Oder das Extrem, dass die Werke gewisser Künstlerinnen und Künstler per se als Vermögenswerte gelten. Wir möchten über den Trend hinausblicken und den Fokus auf Förderung, inhaltliche Stärke und Diskurs setzen.

— **Ist deshalb Kunstförderung Teil des
gesellschaftlichen Engagements von Vontobel?**

Das kann man so sagen. Kunst kann man als Labor betrachten. Künstlerinnen und Künstler skizzieren Ideen, loten Themen aus, verhandeln unser Mensch-Sein – und das ohne jegliche Schranken. Dass Kunst das kann und uns zusätzlich ein Werk präsentiert, ist eine Chance, um über den eigenen Tellerrand zu blicken. Über die Sinne beeinflusst Kunst zusätzlich die individuelle Wahrnehmung. Denn ohne Farben, Materialität, Oberflächen, Gestaltung oder Ton wäre unser Empfinden sehr eindimensional. Zudem ist Kunst Bestandteil unseres Alltags und etwas sehr Soziales. Wir schauen zusammen Ausstellungen an, treffen uns an Vernissagen und gehen gemeinsam in Konzerte. An diesen Zusammentreffen diskutieren wir über das Wahrgenommene und darüber, was uns die Kunst sagen will.

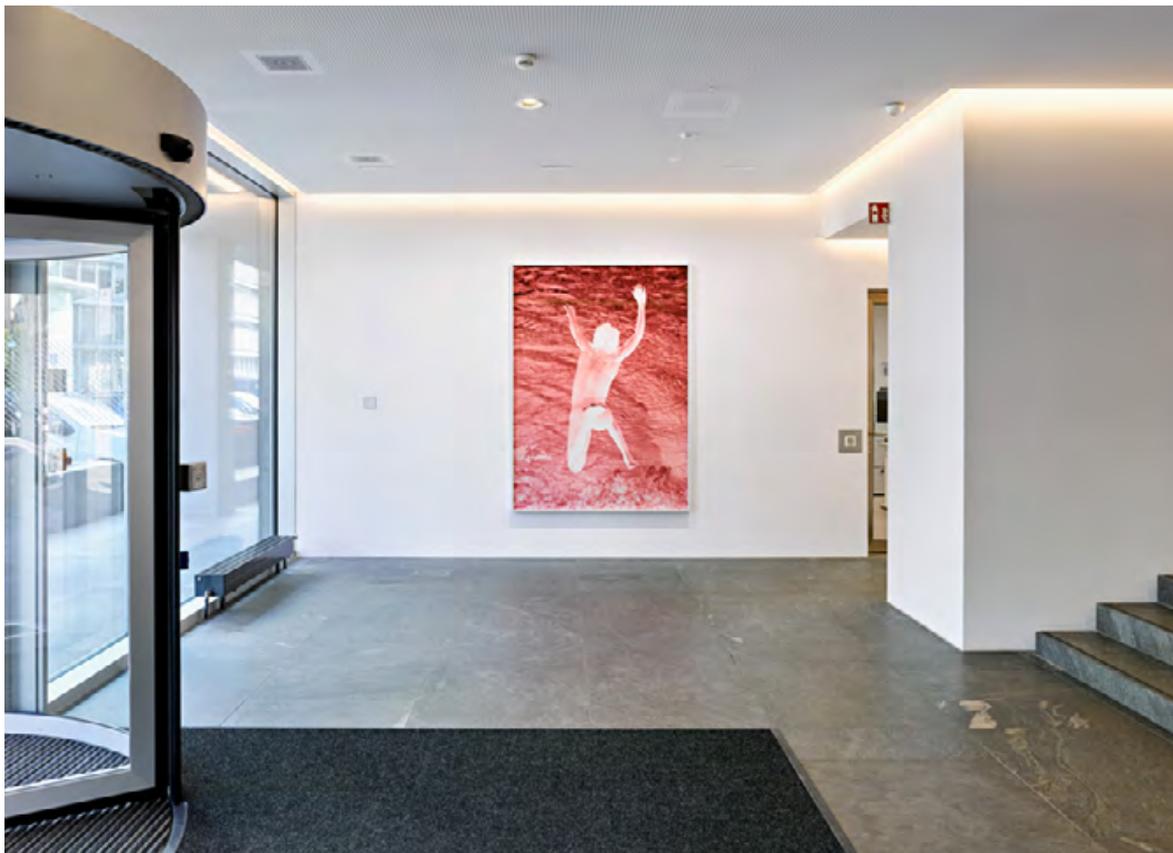
— **Auch Vontobel sieht seine Kunstsammlung als
etwas Alltägliches an. Was heisst dies in der Praxis?**

Wir möchten mit den Kunstwerken leben und sie nicht im perfekt klimatisierten Keller unter Verschluss halten. Die Bilder unserer Sammlung hängen überall – in Eingangsbereichen, Kundenräumen und Bürogängen. Sie sind Inspiration, Diskussionsgrundlage, dienen als Treffpunkt für das Mittagessen oder fallen erst auf, wenn sie abgehängt wurden. Mir gefällt diese Art, mit Kunst umzugehen. Es bedeutet, dass Kunst etwas «Normales» ist, das man nicht nur im Museum findet. Es gibt aber auch Berührungspunkte, weshalb wir viel mit den Mitarbeitenden wie auch Besucherinnen und Besuchern über die ausgestellten Werke sprechen. Mir als Kuratorin macht dies sehr viel Spass.

— **Bereits seit 1970 wird bei Vontobel Kunst
gesammelt, seit einigen Jahren gezielt zeitgenössische
Fotografie. Warum dieser Fokus?**

Dank diesem Fokus können wir eine viel interessantere Sammlung aufbauen. Lange Zeit hat man hauptsächlich Schweizer Kunst aller Art gesammelt. Im Zuge einer Neuausrichtung entschied die Kunstkommission, dass Vontobel sich künftig auf zeitgenössische Fotografie konzentriert. Wir sind sehr froh, dass wir mit Urs Stahel, Mitbegründer und ehemaliger Direktor des Fotomuseums Winterthur, einen exzellenten Berater gewinnen konnten, der uns hierbei unterstützt.

Kunstschaffende in diesem Bereich nutzen das ganze Spektrum der 200-jährigen Entwicklungsgeschichte der Fotografie und neueste Visualisierungstechnologien. Das Medium, das zwischen alt und neu, Beständigkeit und neuester Technologie, klassischer Darstellung und totaler Mediatisierung durch Internet und Smartphones divergiert, passt sehr gut zum Denken im Unternehmen.



Lobby mit dem Werk «X» (2017) von Viviane Sassen
© the artist / Foto: Dirk Weiss

— **Mit «A New Gaze» – Ein neuer Blick – hat Vontobel auch gleich einen Förderpreis für junge zeitgenössische Fotografie geschaffen. Mit welchem Ziel?**

Kurz gesagt, um besagten gesellschaftlichen Diskurs zu fördern und einen Perspektivenwechsel zu ermöglichen. Vor jeder Ausschreibung des Förderpreises definieren wir einen Kontinent, eine Region sowie ein Thema, das Vontobel im Moment beschäftigt. Aus den eingereichten Vorschlägen wählt die Jury ein Siegerprojekt aus, das mit unserer Unterstützung umgesetzt wird. Bereits während des Auswahlprozesses blicken wir in viele neue Welten hinein und lernen neue Blickwinkel auf Themen kennen.

Gleiches gilt danach für die künstlerische Umsetzung des Themas und die Ausstellung im Vontobel-Hauptgebäude. Als Finanzinstitut geben wir ein für uns interessantes Thema vor, das die Preisträgerin, der Preisträger frei bearbeitet. Die am Ende präsentierten Werke sollen überraschen, neue visuelle Welten und neue Sichtweisen eröffnen. Wir versuchen damit also nicht nur Kunstförderung zu betreiben, sondern aktiv Diskurse anzuregen. Das ist auch der Grund, weshalb die Ausstellung in unseren Räumen stattfindet und nicht in einem Kunstraum.

— **In der Kunstkommission sitzen auch kunstinteressierte Mitarbeitende ohne Fachkenntnisse. Warum?**

Kunst lebt von der Auseinandersetzung. Die Kunstkommission entscheidet über die Ankäufe für die Sammlung und über grössere strategische Ausrichtungen. Sie ist

auch Teil der Jury des Förderpreises «A New Gaze». Die Mitglieder ohne expliziten Kunsthintergrund konfrontieren uns Fachspezialisten und -spezialistinnen mit ihren Sichtweisen. Dazu gehört zum Beispiel die Frage, wie weit die Kunstsammlung von Vontobel gehen darf. Wie politisch dürfen wir sein? Ist Nacktheit in Bildern erlaubt? Dürfen wir provozieren? Kunst im Alltag beschäftigt uns somit schon in der Kunstkommission. Ausserdem tragen diese Mitglieder das Kunstengagement von Vontobel in ihre Geschäftsfelder und stützen es damit.

— **Zum Abschluss: Ist Kunst ein Investitions- oder ein Förderobjekt?**

Diese Frage höre ich öfter. Für uns ist Kunst ein Förder- und Sammelobjekt und kein Spekulationsobjekt. Wir erhoffen uns einen nachhaltigen Wert der Sammlung – ökonomisch, aber vor allem kulturell. Neben dem Fördergedanken möchten wir eine Sammlung mit Charakter aufbauen. Als Gesamtes betrachtet, sollen sich darin eine spannende Auseinandersetzung mit Fotografie und neuen Medien sowie ein neuer, frischer Blick auf uns Menschen und unsere Tätigkeiten widerspiegeln. Wenn die Sammlung einen Beitrag dazu leistet, dass wir uns und unser Dasein reflektieren, und uns neue Wege aufzeigt, zu denken und zu sehen, dann haben wir unser Ziel erreicht.



Luisa Baselgia

Luisa Baselgia hat an den Universitäten Zürich und Basel Kunstgeschichte und Theorie und Geschichte der Fotografie studiert. Sie ist Kuratorin der Vontobel-Kunstsammlung und verantwortlich für den Förderpreis «A New Gaze». Nebenher ist sie als Kunstvermittlerin im Fotozentrum in Winterthur tätig.

A New Gaze 3

Nach Nordamerika und Afrika widmet sich «A New Gaze 3» der zeitgenössischen Fotografie im ost- und südostasiatischen Raum. Gemeinsam mit 30 Nominierenden wurden Nachwuchskünstlerinnen und -künstler aus dieser Region eingeladen, eine Projektidee zum Thema «Verantwortung im Zeichen des Anthropozäns», des Zeitalters, in dem der Mensch die Erde signifikant beeinflusst, einzureichen. Gewonnen hat der südkoreanische Künstler Dongkyun Vak (*1992, Seoul), der aktuell an seinem Werk über den Einfluss der Technologie auf unsere visuelle Umwelt arbeitet.

Die Ausstellung findet im Frühling 2021 im Hauptgebäude in Zürich statt. Sie wird kuratiert von Luisa Baselgia und Urs Stahel, Mitbegründer und ehemaliger Direktor des Fotomuseums Winterthur.

anewgaze.vontobel.com



Foto: Dongkyun Vak

Nachhaltig investieren und agieren

Als Investmenthaus engagiert sich Vontobel für nachhaltige Investitionen, als Unternehmen für seine Mitarbeitenden und die Gesellschaft.

— Frau Ernst, Nachhaltigkeit ist das Gebot der Stunde. Auch bei Vontobel?

Verantwortungsvolles Unternehmertum ist schon immer ein Bestandteil der Vontobel-Unternehmenskultur gewesen. Dies spiegelt sich in verschiedenen Aspekten unserer Geschäftspolitik wider. So verfügt Vontobel seit den Gründerjahren über eine solide Eigenkapitalbasis und bereits 2001 haben sich die Vontobel-Familienaktionäre zu «One Share, one Vote» bekannt. Statt Namen- und Inhaberaktien gab es von da an eine einheitliche Stimmrechtsaktie. Ausserdem ist Nachhaltigkeit beziehungsweise nachhaltiges Investieren schon länger ein Kundenbedürfnis. Darauf gehen wir seit den 1990er-Jahren mit unseren Anlagelösungen ein.

— Woran orientiert sich Vontobel beim nachhaltigen Investieren?

Es gibt drei nachhaltige Investitionsansätze, die wir verfolgen. Der am weitesten verbreitete basiert auf «Ausschlüssen». Hier vermeiden wir Industrien oder Sektoren, die nicht den persönlichen Werten unserer Kundinnen und Kunden entsprechen, beispielsweise durch den Ausschluss von Tabak- oder Waffenerstellern.

Beim zweiten Ansatz investieren wir in Unternehmen, die über ein etabliertes und aktives Management ihrer ESG-Risiken verfügen. Hier kommen Unternehmen infrage, die sich beispielsweise klare Umweltziele wie die Reduktion der CO₂-Emissionen oder des Abfalls setzen. Oder die ihre Lieferketten regelmässig auf Nachhaltigkeit überprüfen – Stichwörter hier sind Menschenrechte oder Arbeitssicherheit. Ebenfalls von Bedeutung sind zuverlässige Corporate-Governance-Strukturen. Hierzu zählen Themen wie der Umgang mit Minderheitsaktionären und -aktionärinnen oder eine transparente Vergütungspolitik.

Der dritte Ansatz möchte eine messbare und positive Wirkung für Umwelt und Gesellschaft erzielen.

Dazu investieren wir in Unternehmen, die nachhaltige Produkte und Dienstleistungen anbieten, welche die Welt und die Gesellschaft verbessern können. Wichtig ist, dass das Angebot für Konsumenten zugänglich und bezahlbar ist. Typischerweise finden sich diese Unternehmen in den Sektoren saubere Energie- und Wasserversorgung, Bildung, Zugang zu Finanzdienstleistungen oder Gesundheit.

— Wie stellt Vontobel sicher, dass Chancen rechtzeitig erkannt werden?

Oberste Priorität hat, die Kundenbedürfnisse zu kennen oder genau abzufragen. Welche persönlichen Werte gilt es zu beachten? Welche Themen der Nachhaltigkeit liegen beim Investieren besonders am Herzen? Die Kundenberaterinnen und -berater liefern für diese Bedürfnisse adäquate Antworten. Um dies zu gewährleisten, spielen Aus- und Weiterbildungen zu den Aspekten von Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Denn die reine Kenntnis der finanziellen Risiken reicht nicht mehr. Ein Kundenberater beziehungsweise eine -beraterin muss erkennen, wie ein Unternehmen bei den Risiken rund um Umwelt, Gesellschaft und Unternehmensführung abschneidet. Er muss auch wissen, welche Unternehmen marktfähige nachhaltige Produkte und Dienstleistungen entwickeln und sich damit für ein Investment qualifizieren.

— Der ESG-Ansatz gewichtet auch das gesellschaftliche Engagement. Warum ist dies wichtig?

Hier muss man zuerst differenzieren. Beim Thema Gesellschaft, auch soziale Nachhaltigkeit genannt, denken viele zuerst an gesellschaftliches Engagement. Also an Hilfe für Menschen in Not, Freiwilligenarbeit und Ähnliches. Das wichtigste Kriterium bei der sozialen Nachhaltigkeit ist hingegen, wie ein Unternehmen mit seinen



Natalie Ernst

Natalie Ernst ist seit 2015 für die Nachhaltigkeit bei Vontobel verantwortlich. Davor war sie über zehn Jahre in verschiedenen Funktionen und als Teamleiterin in der Unternehmenskommunikation von Credit Suisse und der Nachhaltigkeitsrating-Agentur Inrate tätig. Als zertifizierte Trainerin für Leadership und Kommunikation hat sie in selbstständiger Tätigkeit ausserdem Professionals und Führungskräfte beraten. Sie verfügt über einen Abschluss in angewandter Sprach- und Kulturwissenschaft der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz.

Mitarbeitenden umgeht. Denn als Unternehmen und Arbeitgeber ist man im gesellschaftlichen Sinne in erster Linie für seine Mitarbeitenden verantwortlich. Schliesslich ist die wirtschaftliche Leistung des Unternehmens nur mit ihnen möglich. Bei dieser Verantwortung geht es um Themen wie Versammlungsfreiheit, Sicherheit, Gesundheitsförderung oder flexible Arbeitszeiten.

Nachhaltigkeitsrating-Agenturen schauen bei einer Bewertung des Unternehmens diesbezüglich sehr genau hin. Grundsätzlich lohnt es sich, die Ratings solcher Agenturen anzuschauen, wenn man wissen möchte, ob ein Unternehmen nachhaltig ist. Die Agenturen durchleuchten die Unternehmen gesamtheitlich auf Ökonomie, Umwelt und Gesellschaft – und aufs Thema Corporate Governance, also die Unternehmensführung. Sie überprüfen in der Regel messbare Kriterien: Wie steht es um die Arbeitssicherheit der Mitarbeitenden? Wie viel CO₂ stösst ein Unternehmen aus? Wie stellt ein Unternehmen den Schutz der Kundendaten sicher?

— Wird Vontobel auch bewertet?

Ja, natürlich. Vontobel schneidet bei solchen Ratings jeweils überdurchschnittlich ab und gehört zu den nachhaltigsten Unternehmen in seiner Vergleichsgruppe. Um bei Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden als nachhaltiges Unternehmen zu gelten, sind unserer Meinung nach zusätzlich «weiche» Kriterien und Mass-

nahmen wichtig. Diese schlagen sich nicht in der messbaren Umweltbilanz nieder oder und sind nirgendwo niedergeschrieben. Aus unseren Werbeplakaten lassen wir zum Beispiel Taschen nähen, die wir verschenken. Beim letzten grossen Umbau eines unserer Gebäude wurde die bestehende Fassade demontiert, neu zugeschnitten und wieder montiert. Obwohl nicht zwangsläufig ökologischer, verwenden wir möglichst Mehrweggeschirr. Es fühlt sich nachhaltiger an und erinnert einen an Zuhause, wo schliesslich auch niemand ständig aus einem Pappbecher trinkt.

— Vontobel engagiert sich aber auch ausserhalb des Unternehmens für die Gesellschaft?

Wir unterstützen seit vielen Jahren zum Beispiel das Internationale Komitee vom Roten Kreuz. Eigentlich eine Hilfsorganisation, ist es mittlerweile zu einem unverzichtbaren politischen Akteur geworden. In Kriegsregionen, zu denen sonst niemand Zutritt hat, sorgt das IKRK dank seines internationalen Sonderstatus und mit viel diplomatischem Geschick für eine gewisse Stabilität. Nur so ist es überhaupt möglich, Hilfsgüter in die betroffenen Regionen zu senden. Kleine Organisationen hingegen können in aktuellen Krisenherden in der Regel nur wenig ausrichten.

In der Weihnachtszeit lancieren wir jeweils eine Spendenaktion für ein Projekt des IKRK. 2019 haben unsere Mitarbeitenden für ein digitales Gesundheitsprojekt gespendet. Der sogenannte «ALMANACH», eine innovative App, beruht auf einem klinischen Algorithmus. Dieser erhöht die Trefferquote bei Diagnosen und verbessert die Vorsorge bei Kleinkindern. Zum Einsatz kommt die App derzeit im krisengeplagten Bundesstaat Adamawa in Nigeria. 2018 flossen unsere Spenden in den Aufbau einer zerstörten Schule für 500 Schulkinder im Irak. Bildung wird zunehmend zu einem humanitären Bedürfnis, insbesondere in Ländern mit langwierigen Konflikten.

— Wie werden Projekte ausgewählt, für die sich Vontobel beim IKRK engagiert?

Wir wählen jedes Jahr gemeinsam mit dem IKRK ein neues Projekt aus. Wenn möglich, kommt das Projekt Kindern und Jugendlichen zugute. Die nächste Generation in strukturell schwachen oder von Konflikten geprägten Ländern soll gestärkt werden. Ausserdem bieten die ausgewählten Projekte idealerweise einen Mehrwert und sind skalierbar. Zudem wünschen wir uns eine gewisse Aktualität.

Vontobel schenkt Ihnen einen «Upcycling»- Schuhsack



Wer kennt das Problem nicht: Wie kommen die (getragenen) Schuhe in den Koffer, ohne die (sauberen) Kleider zu verschmutzen? Hier hilft der Vontobel-Schuhsack. Er entstand in einem sogenannten «Upcycling»-Verfahren aus den gebrauchten Textilfronten unserer mobilen Leuchtdisplays. Genäht hat die Schuhsäcke der Zürcher Verein Drahtzug (drahtzug.ch). Drahtzug beschäftigt Menschen mit einer psychischen Beeinträchtigung und ermöglicht ihnen so, an der Arbeitswelt teilzuhaben. Jeder Schuhsack ist ein Unikat. Bestellen Sie Ihr persönliches kostenloses Exemplar per E-Mail:

sustainability@vontobel.com



Was die Welt bewegt, bewegt die Märkte. Verfolgen Sie die Top-Themen Digitalisierung, Geopolitik und gesellschaftliche Megatrends.

→ **Impact on Investors**

Impressum

Herausgeber

Bank Vontobel AG
Gotthardstrasse 43
8022 Zürich, Schweiz

Redaktion

Vontobel
open up AG für Kommunikation und PR

Konzept

MetaDesign AG

Gestaltung & Realisation

Design Team, Vontobel

Bilder

gettyimages
Vontobel



Feedback

wealthmanagement@vontobel.com



[linkedin.com/company/vontobel](https://www.linkedin.com/company/vontobel)

Sprachen

Deutsch, Englisch

Rechtliche Hinweise

Diese Publikation entspricht Marketingmaterial gemäss Art. 68 des Schweizer FIDLEG und dient ausschliesslich zu Informationszwecken. Zu den genannten Finanzprodukten stellen wir Ihnen gerne jederzeit und kostenlos weitere Unterlagen wie beispielsweise das Basisinformationsblatt oder den Prospekt zur Verfügung.

Die Publikation stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung dar seitens oder im Auftrag von Vontobel zur Beanspruchung einer Dienstleistung, zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder ähnlichen Finanzinstrumenten oder zur Teilnahme an einer spezifischen Handelsstrategie in irgendeinem Rechtsraum. Die Erbringung der in dieser Publikation beschriebenen Dienstleistungen richtet sich nach dem mit dem Leistungsempfänger abgeschlossenen Vertrag. Inhalt, Umfang und Preise der Dienstleistungen und Produkte können je nach Land unterschiedlich ausgestaltet sein und jederzeit ohne Ankündigung geändert werden. Einige Dienstleistungen und Produkte werden nicht weltweit und nicht durch alle Gesellschaften von Vontobel angeboten und können zudem in bestimmten Ländern rechtlichen Einschränkungen unterworfen sein. Der Nachdruck von Texten ist ohne die schriftliche Bewilligung von Vontobel weder ganz noch teilweise gestattet.

Einzelheiten dazu, wie wir mit Ihren Daten umgehen, finden Sie in unserer aktuellen Datenschutzrichtlinie (vontobel.com/privacy-policy/) sowie auf unserer Website zum Datenschutz (vontobel.com/gdpr). Sofern Sie gerne eine physische Version der Privacy Policy von uns erhalten möchten, wenden Sie sich bitte an folgende E-Mail-Adresse: wealthmanagement@vontobel.com.



Vontobel druckt auf 100% Recyclingpapier: Die Herstellung von Recyclingpapier verbraucht rund 1.5 Mal weniger Energie und 2.5 Mal weniger Wasser als die Produktion von Papier aus Frischfasern. Ausserdem verringert Recyclingpapier die Treibhausgasemissionen um über 20%. Die verbleibenden Emissionen kompensieren wir über verschiedene CO₂-Projekte weltweit.

Weitere Informationen

vontobel.com/nachhaltigkeit

Bank Vontobel AG
Gotthardstrasse 43
8022 Zürich
Schweiz

Vontobel Swiss Wealth Advisors AG
Gotthardstrasse 43
8022 Zürich
Schweiz

Bank Vontobel Europe AG
Alter Hof 5
80331 München
Deutschland

Vontobel Wealth Management (Hong Kong) Ltd.
1901 Gloucester Tower, The Landmark
15 Queen's Road Central
Hong Kong
China

Vontobel Wealth Management SIM S.p.A.
Via Santa Maria Segreta 7/9
20123 Mailand (MI)
Italien

vontobel.com

