

RAIFFEISEN

Die Raiffeisen Schweiz mit Sitz in St. Gallen ist eine Genossenschaft bestehend aus allen 226 eigenständigen Schweizer Raiffeisenbanken. Sie gehört mit 800 zu den grössten Schweizer Retailbanken.



861 Mio. CHF Gewinn (2021)



2'267 Mitarbeiter weltweit



Financial Services

Ausschlaggebend für die dominierende Stellung, die die Raiffeisen in der Schweiz einnimmt, ist hierbei die betriebswirtschaftlich geprägte Genossenschaftsstruktur und die starke lokale Verankerung mit Unterstützen regionaler Projekte durch Kundengelder, welche zur Entwicklung der einzelnen Regionen beitragen. Im Rahmen der Gruppenstrategie 2025 hat das Unternehmen konkrete Leitprinzipien und strategische Ziele formuliert um ihren nachhaltig positiven Impact auszubauen. Ebenfalls dienen die SDGs intern wie extern als klare Orientierung für eine Nachhaltige Entwicklung der Raiffeisen.

Die **Vision** der Raiffeisen lässt sich folgendermassen definieren: „Wir haben die Ambition, als verantwortungsbewusstes und nachhaltiges, schweizweit führendes Finanzinstitut anerkannt zu werden und wollen unsere heute bereits gute Position weiter ausbauen“ (Raiffeisen, 2021).

Die regionale Umsetzung dieser Nachhaltigkeitsambitionen hat für die Genossenschaft einen hohen Stellenwert. Laut dem Chief Investment Officer (2022) bedeutet dies, dass die Raiffeisen nicht nur eine lokale Verankerung und Kundennähe aufbaut, sondern die eingeleiteten Investitionen auch teils direkt vor den Augen der eigentlichen Anleger, in lokalen Projekten umsetzt. Wodurch sich insbesondere ihre Stellung als regional verankerte und vertrauenswürdige Bank stärken lässt.

Die bereits erwähnten Leitprinzipien und strategische **Ziele** gliedert Raiffeisen in folgende fünf Impact-Themen:

- 1) Nachhaltige Produkte
- 2) Offen und fair mit Kunden
- 3) Kompetent vielfältige Mitarbeitende
- 4) Langfristig erfolgreich sein
- 5) Klimawandel eindämmen

In gleicher Weise hat Raiffeisen weitere **Ansatzpunkte** für das firmeninternes und -externes Nachhaltigkeitsmanagement identifiziert, um darauf aufbauend konkrete **Initiativen** zu erarbeiten und folglich die Nachhaltigkeitsziele unmittelbar umzusetzen.

Mit Raiffeisen Futura und anderen Produkten bietet die Genossenschaftsbank zahlreiche nachhaltige Produkte an, die bspw. von nachhaltigen Anlagefonds über Greenbonds bis hin zu verantwortungsbewussten Edelmetallanlagefonds reichen, die Transparenz über Beschaffung und Lieferketten garantieren. Im Rahmen dieser nachhaltigkeitsorientierten Produktpalette werden alle drei Dimensionen der Triple Bottom Line zielgerichtet einbezogen.

Gleichzeitig versucht Raiffeisen die Komplexität dieser und anderer Finanzprodukte zu limitieren und höchstmögliche Transparenz zu gewährleisten. Zudem sollen Programme wie "Money-Mix" und "evulop" Finanzwissen bei den Kunden aufbauen und damit Transparenz und Fairness verstärken.

Zusätzlich zu zahlreichen internen, fachlichen Weiterbildungsmöglichkeiten für Mitarbeiter legt Raiffeisen auch grossen Wert auf soziales Engagement. Neben rund CHF 30 Millionen pro Jahr an Sponsoring-Engagement werden weitere CHF 6,5 Millionen pro Jahr für wirtschaftliche, soziale und kulturelle Beiträge und Spenden geleistet. Diese finanziellen Mittel fliessen konkret in die Förderung von über 20'000 Nachwuchssportlern, die Übernahme der Eintrittskosten für rund 500 Museen in der ganzen Schweiz sowie ein Jubiläumstiftung und eine Crowdfundig-Plattform (lokalhelden.ch), die den Dialog und die Interaktion von verschiedenen Akteuren in der Gesellschaft fördert und damit einen grossen Beitrag für die Schweizer Gesellschaft leistet.

Als genossenschaftlich organisierte Bank ist langfristiger und nachhaltiger Erfolg für Raiffeisen fundamental. Dieser langfristige Mehrwert wird durch fair verzinstes Genossenschaftskapital sowie sehr gute Kreditratings von S&P, Fitch und Moody's abgesichert.

Die Eindämmung des Klimawandels steht unter dem Hauptziel der Netto-Null CO₂-Emissionen bis 2050 und gliedert sich in betriebsinterne Emissionsreduktion, das Anbieten klimaverträglicher Produkte und die Sensibilisierung der Kunden. Mit dem internen Programm „Pro Futura“ werden bspw. Anreize zur besseren Energieeffizienz geschaffen, Gebäudetechnologien erneuert, Heizsysteme auf erneuerbare Energien umgestellt, emissionsarmer Pendlerverkehr begünstigen oder bei Beschaffung von Flottenfahrzeugen auf Umweltverträglichkeit zu achten.

Die **Implementierung** der Nachhaltigkeits-strategie bei Raiffeisen baut auf einem grundlegenden Nachhaltigkeitsmanagement auf, das bspw. das Stärken der Governance sowie den Einbezug externer Stakeholder inkludiert (Abb. 8). Die **Messung** der Nachhaltigkeit bei Raiffeisen findet neben der jährlichen Veröffentlichung von Nachhaltigkeits-reports im GRI-Index-Standard auch durch die genaue Messung der eigenen Emissionen in Zusammenarbeit mit dem PCAF statt.

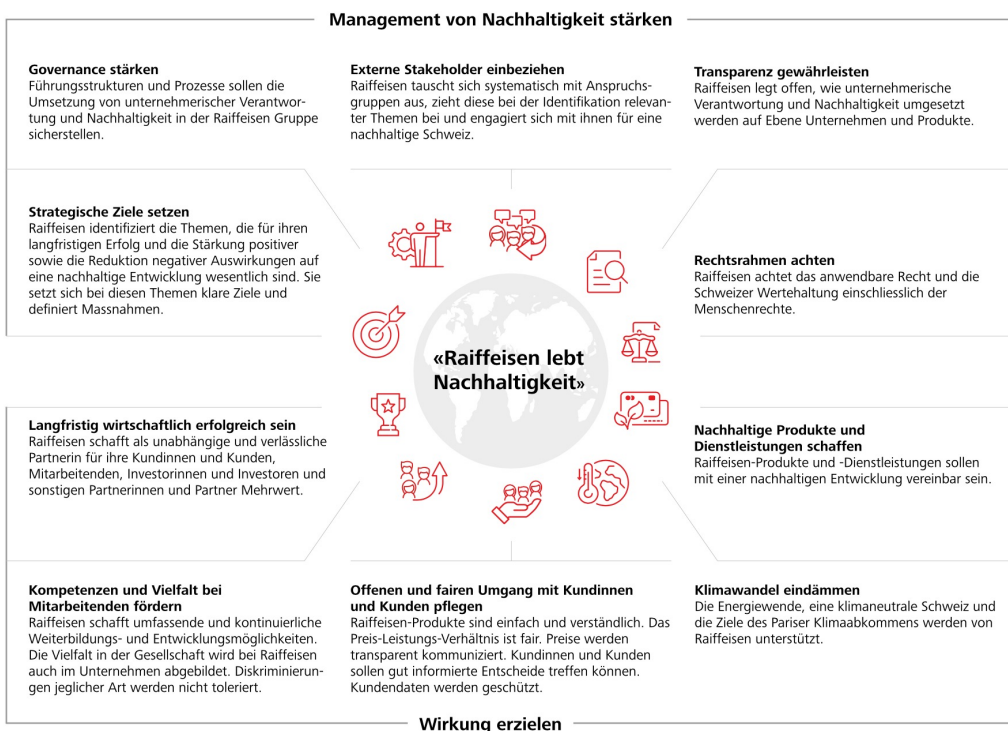


Abb. 1: „Raiffeisen lebt Nachhaltigkeit“