

The background of the entire page is a scenic landscape photograph. It shows a wide, shallow river or stream flowing over dark, wet rocks. The water is blurred, suggesting a long exposure. In the distance, there are green, rolling hills and a prominent, sharp mountain peak under a sky filled with large, white, fluffy clouds. The overall tone is natural and serene.

# Nachhaltigkeit im Schweizer Retailbanking

WWF Rating des Schweizer Retailbankings 2016/2017



## Vorwort des Stiftungsrates



Josef Bieri

2017 ist ein guter Zeitpunkt, um die 1. Auflage des WWF Retailbanking-Ratings zu veröffentlichen.

Vor rund zwei Jahren liefen die Millenniums-Entwicklungsziele der Vereinten Nationen aus und wurden durch die Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDG) abgelöst. Die SDG sind universell und gehen umfassend und gesamtheitlich die sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung an. Sie bilden das Kernelement der ambitionierten und transformativen 2030-Agenda für eine nachhaltige globale Entwicklung.

Zudem haben sich mit der letztjährigen Gründung der G20 Green Finance Study Group die Finanzpolitiker erstmals gemeinsam mit der Rolle der Finanzierung in Bezug auf Umwelt- und breitere Nachhaltigkeitsfragen beschäftigt. Bankenaufsichtsbehörden und Regulierungsbehörden rund um den Globus zeigen ein wachsendes Bewusstsein für die Wesentlichkeit von Nachhaltigkeitsfragen, wie beispielsweise auch die vom Finanzstabilitätsrat (FSR), unter der Leitung von Mark J. Carney, gegründete Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) zeigt.

Das Engagement des Schweizer Bankensektors, mit seiner wichtigen Hebelwirkung, in Nachhaltigkeitsfragen scheint eine neue Phase erreicht zu haben. Und trotz dieser Dynamik scheint die Frage «Wie sehen eine nachhaltige Bank und ihre Beitragspflicht zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung aus?» entscheidender denn je.

Die nachfolgenden Seiten geben Aufschluss und eine erstmalige Übersicht über das Nachhaltigkeitsniveau der 15 grössten Schweizer Retailbanken. Diese Retailbanken bedienen als Verwalterinnen und Vermittlerinnen von Kapital den Grossteil der Schweizer Bevölkerung und der KMU. Dies ist eine äusserst verantwortungsvolle Position, in welcher bewusst eine positive Wirkung auf Gesellschaft, Natur und Wirtschaft erzeugt werden kann und die es zwingend braucht, um übergeordnete Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals – SDG) zu erreichen. Diese Wirkung gilt es seitens der Kunden aktiv einzufordern.

Es ist unsere Hoffnung, mit dieser Studie Entscheidungsträgern der hiesigen Bankindustrie sowie deren Kundschaft gleichermassen Hilfestellung zu bieten, wenn es darum geht, nachhaltiges Banking zu fordern und zu fördern – dies mit dem übergeordneten Ziel vor Augen, gemeinsam eine Zukunft zu gestalten, in der Mensch und Natur in Harmonie miteinander leben.

Josef Bieri

Mitglied des Stiftungsrates WWF Schweiz

## Dank

Der WWF Schweiz und die Inrate AG möchten sich bei allen teilnehmenden Retailbanken für die Zeit und die Arbeit bedanken, die sie dieser Studie gewidmet haben. Wir hoffen, dass es eine nützliche Erfahrung war und dass das Ergebnis zu einer Stärkung des Nachhaltigkeitsfokus, dessen strategischer Verankerung sowie zu einer verbesserten Nachhaltigkeitswirkung des operativen Bankgeschäfts der partizipierenden Retailbanken beitragen wird. Wir freuen uns sehr auf den weiterführenden Dialog und die zukünftige Zusammenarbeit.

Darüber hinaus danken wir unserem Expertengremium, das seine Zeit zur Verfügung gestellt hat und uns bei diesem Forschungsprojekt mit Rat und Tat zur Seite stand. Angaben bzgl. der Zugehörigkeiten zu Unternehmen oder Organisationen sind rein informativer Art, die Gruppenmitglieder haben in persönlicher Eigenschaft teilgenommen. Die in diesem Dokument geäußerten Ansichten stammen vom WWF Schweiz und der Inrate AG und spiegeln nicht zwingend die Ansichten des Expertengremiums wider:

- Oliver Oehri (Executive Director und Founding Partner, CSSP – Center for Social and Sustainable Products AG)
- Daniel Frauenfelder (CEO und Founder, Frauenfelder – Triples)

Des Weiteren danken wir den nachstehenden Institutionen, die mit fundierten Textbeiträgen unterstützend mitgewirkt haben:

- Alternative Bank Schweiz
- Swiss Sustainable Finance



## Vorwort des CEO



Thomas Vellacott

Das klassische Bankgeschäft ist eine der ältesten Industrien der Welt und für eine Volkswirtschaft unverzichtbar, da Finanzintermediäre den wirtschaftlichen Kreislauf in Gang halten und mitprägen. Banken haben einen entsprechend grossen Einfluss auf die Verwendung von Geldern. Via Kreditvergabe und Investitionen in verschiedene Wirtschaftssektoren lenken sie deren Entwicklung und Nachhaltigkeitswirkung mit. Gerade in der Schweiz hat der Bankensektor massgeblich zum gesellschaftlichen Wohlstand und zum Wirtschaftswachstum beigetragen.

Mit einem Beitrag von 13% (per 2015) zum Bruttoinlandprodukt der Schweiz unterstreicht der Retailbanking-Sektor seine wirtschaftliche Wichtigkeit. Doch diese Tatsache illustriert nur die eine Seite der Wichtigkeit des Sektors, nämlich den über die Jahre relativ konstanten ökonomischen Beitrag des Geschäftsmodells der Retailbanken. Sie sagt jedoch wenig über die ökologische und gesellschaftliche Nachhaltigkeit – d. h. die Nachhaltigkeitswirkung – der einzelnen Schweizer Retailbanken sowie der Retailbankbranche als Ganzes aus. Ebenso wenig zeigt sie, wie einzelne Banken ihre Kernkompetenzen zur nachhaltigen Entwicklung von Wirtschaft, Gesellschaft und Natur zu nutzen wissen. Der Blick auf das vorliegende Rating zeigt auf, dass die Retailbanken ihre Rolle (noch) nicht ganzheitlich nach diesen Gesichtspunkten ausrichten.

Der WWF Schweiz erwartet von einer Retailbank, dass sie eine dauerhaft faire Balance zwischen umweltbezogenen sowie gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Interessen ihrer Stakeholder herstellt und kontinuierlich fördert. In einem sich konstant wandelnden Umfeld sollen Schweizer Retailbanken der Gesellschaft als generationenübergreifende Partner dienen. Diese anspruchsvolle Aufgabe bildet aus unserer Sicht das Fundament für ein gesundes Bankensystem und ist gleichermassen eine der Grundvoraussetzungen für eine nachhaltige Zukunftsentwicklung.

Für eine zukunftsfähige Entwicklung des Schweizer Retailbankings ist es entscheidend, dass die Kreditinstitute nachhaltigkeitsbezogene Geschäftsmodelle auf oberster Ebene, d. h. in ihrer Geschäftspolitik, verankern und entsprechend systematisch in ihrem Tagesgeschäft praktizieren. Dies beinhaltet, dass Banken nicht nur die bisher priorisierten wirtschaftlichen Risiken und Chancen verwalten, sondern zusätzlich zwingend ökologische und soziale Standards im Kerngeschäft implementieren. Auf diese Weise kann ein umfassendes Risikomanagement gewährleistet und zukünftige Opportunitäten treuhänderisch zugunsten der Gesellschaft und Umwelt wahrgenommen werden.

Des Weiteren erfordert dies von den hiesigen Retailbanken einen gezielten Auf- und Ausbau ihres Produkt- und Dienstleistungsangebots, das es ihren Kunden ermöglicht, sämtliche Bankgeschäfte unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien wahrzunehmen. Nur so kann sichergestellt werden, dass die Schweizer Retailbanken einen relevanten Beitrag zur Entwicklung einer nachhaltigen Wirtschaft leisten.

Ein Blick in die Vergangenheit kann dabei inspirieren. 1856 war es der Eisenbahnpionier Alfred Escher, der gemeinsam mit Gleichgesinnten die «Schweizerische Kreditanstalt» (heute Credit Suisse) gründete, um den Ausbau des Schweizer Eisenbahnnetzes weiter voranzutreiben. Seine ambitionierten Pläne überstiegen das damalige Bundesbudget bei Weitem, worauf er die Finanzierung mit der genannten Bankengründung sicherstellte. Eschers Vorgehen war äusserst unkonventionell und prägt die Schweizer Bankenlandschaft sowie unsere Infrastruktur bis heute. Es sind solche Ereignisse, die uns das unglaubliche Potenzial des Finanzsektors aufzeigen, eine zukunftsgerichtete Entwicklung zu ermöglichen. Dieses Potenzial gilt es zu reaktivieren.

In diesem Sinne wünscht Ihnen der WWF Schweiz eine spannende Lektüre. Nachhaltigkeit als Fundament im Bankgeschäft war nie wichtiger als heute!

Thomas Vellacott  
CEO WWF Schweiz

# Wichtigste Aussagen

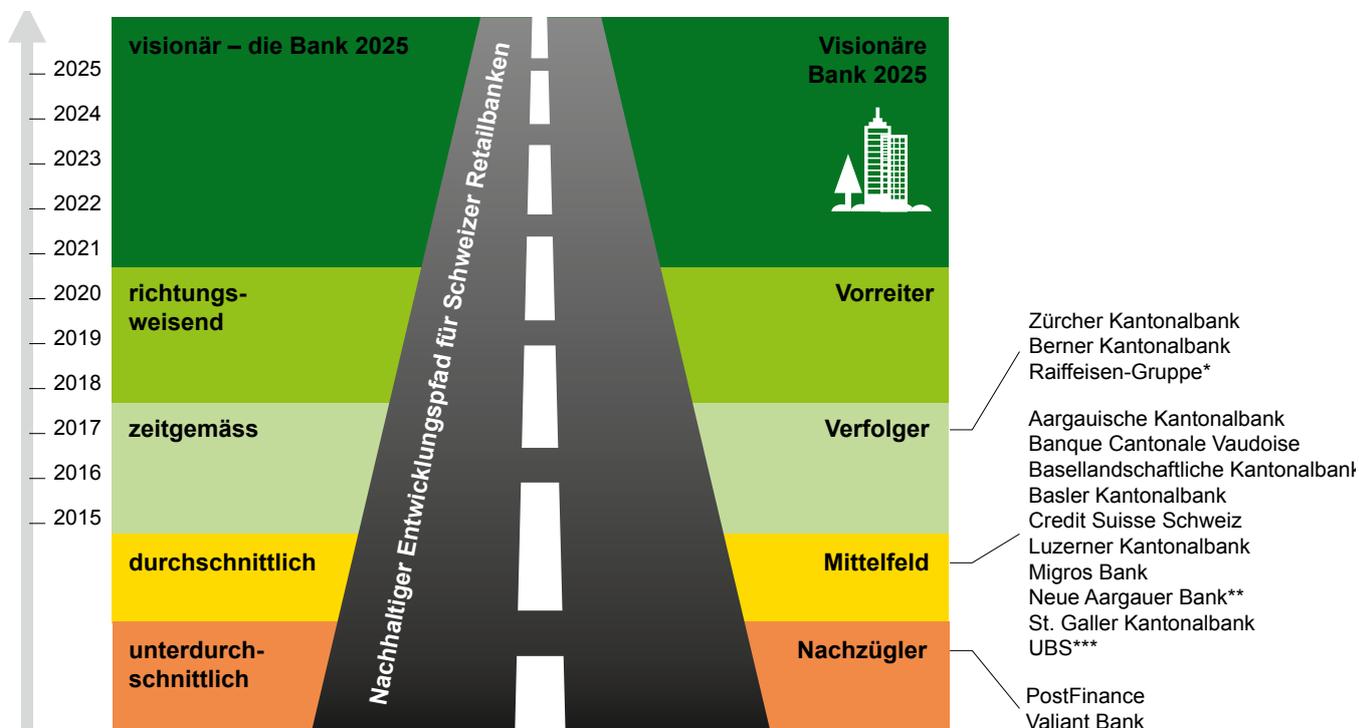
## Gesamtergebnis

- Das Rating umfasst die 15 grössten Schweizer Retailbanken (gemäss Bilanzsumme per Geschäftsjahr 2015). 14 Institute haben aktiv an der Befragung teilgenommen; eine Bank wurde weitgehend passiv anhand der öffentlich zugänglichen Informationen bewertet.
- Drei Retailbanken – die Berner Kantonalbank, die Raiffeisen-Gruppe\* und die Zürcher Kantonalbank – sind insgesamt «zeitgemäss» und somit auf Kurs hinsichtlich des vom WWF Schweiz verlangten Entwicklungspfad für Retailbanken. Keine der untersuchten Banken ist jedoch «richtungsweisend» oder «visionär».

## Unternehmensführung

- Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte sind bei den untersuchten Retailbanken relativ gut in der Unternehmensführung verankert: Sieben Banken wurden als «durchschnittlich», sieben als «zeitgemäss» und eine – die Zürcher Kantonalbank – als «richtungsweisend» identifiziert. Keine Bank ist «unterdurchschnittlich».
- Der Fokus liegt bei vielen Retailbanken auf der Betriebsökologie. Weit relevanter in puncto Nachhaltigkeit ist jedoch das Kerngeschäft, d. h., in welche Sektoren oder Aktivitäten die Gelder fließen – ob in umweltschädliche oder umweltfreundliche. Dies haben nur wenige Banken als zentral erkannt und entsprechend in ihrer Unternehmensführung verankert.
- Das politische Engagement der Retailbanken für nachhaltigere Rahmenbedingungen ist bei sieben Retailbanken «durchschnittlich» und bei acht «zeitgemäss».

### Nachhaltiger Entwicklungspfad für Schweizer Retailbanken



Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

\* Das Rating der Raiffeisen-Gruppe fokussiert auf das Retailbanking der Raiffeisenbanken und von Raiffeisen Schweiz.

\*\* Diese Bank hat einen Teil des Fragebogens nicht ausgefüllt, daher konnte ein Teil der Kriterien lediglich basierend auf den öffentlich verfügbaren Informationen bewertet werden.

\*\*\* Das Rating der UBS fokussiert auf das Retailbanking-Geschäft der Business-Division «Personal & Corporate Banking» in der Schweiz.

## Sparen, Anlegen und Vorsorgen

- Im Vergleich zur Unternehmensführung sind die Nachhaltigkeitspraktiken der meisten Retailbanken im Bereich Sparen, Anlegen und Vorsorgen relativ wenig ausgereift.
- Der Nachhaltigkeitsgedanke wurde bei den Sparkonten bislang noch kaum systematisch angewandt. Aktuell gibt es unter den 15 bewerteten Retailbanken nur ein «zeitgemässes» Sparprodukt der Züricher Kantonalbank. Dieses zielt auf eine positive Umweltwirkung ab und gewährleistet eine weitgehende Transparenz bzgl. der Verwendung der Gelder.
- Nachhaltige Anlage- und Vorsorgeprodukte 3a/b haben in der Schweiz zwar schon eine längere Tradition, der Markt für diese Produkte ist jedoch nach wie vor vergleichsweise unreif.
- Nachhaltige Anlage- und Vorsorgeprodukte 3a/b sind bei den meisten Banken noch Nischenprodukte. Nur bei wenigen Pionieren haben diese Produkte einen höheren Anteil an den verwalteten Vermögen, allen voran bei der Raiffeisen-Gruppe (54% bei den Anlageprodukten und 92% bei den Vorsorgeprodukten 3a/b sind nachhaltig).
- Die Transparenz bzgl. des umfassenden Nachhaltigkeits-Impacts<sup>1</sup> der verwalteten Vermögen im Retailbereich ist weitgehend unzureichend. Nur ein Institut – die Raiffeisen-Gruppe – bewertet die Nachhaltigkeits-Impacts entlang gesamter Wertschöpfungsketten und gründet darauf die Selektion der Finanztitel für seine nachhaltigen Anlageprodukte. Keine der befragten Retailbanken kommuniziert einen umfassenden Impact auf Produktebene.<sup>2</sup>
- Die Effektivität<sup>3</sup> der meisten nachhaltigen Anlageprodukte ist begrenzt, d. h., dass in diesen Fällen die nachhaltigen Produkte nur eingeschränkt oder gar minimal zu mehr Nachhaltigkeit beitragen. Positive Ausnahmen sind die Migros Bank und die Banque Cantonale Vaudoise («richtungsweisende» Effektivität der nachhaltigen Anlage- und Vorsorgeprodukte) sowie die Raiffeisen-Gruppe («visionäre» Effektivität). Ein grosses Manko: Nach wie vor fehlen verlässliche Standards für nachhaltige Anlage- und Vorsorgeprodukte im Retailbanking.

## Kredite und Finanzierungen

- Die Schweizer Retailbanken sind beim konsequenten Einbezug von Umweltaspekten bei den Krediten und Finanzierungen insgesamt noch nicht sehr weit fortgeschritten. Nur zwei Banken – die Credit Suisse Schweiz und die UBS – sind «zeitgemäss».
- Bei den ökologischen Kreditprodukten bietet ein Teil der Retailbanken aktuell nur zwei Kategorien an: Öko-Hypotheken und vereinzelte innovative Produkte im Verkehrsbereich. Dabei handelt es sich um reine Nischenprodukte mit einem minimalen Anteil an den Gesamtfinanzierungsvolumina (unter 5%).
- Ökologische Finanzierungsrisiken werden nicht immer systematisch verwaltet. Immerhin gehen bei den Unternehmenskrediten sechs und bei den Hypotheken zehn Retailbanken das Thema Umweltrisiken relativ systematisch an. Eine Minderheit der Banken befasste sich zum Zeitpunkt der Untersuchung noch gar nicht mit ökologischen Risiken und weitere Banken eher unsystematisch. Bis auf ganz wenige Ausnahmen werden Umweltrisiken nur qualitativ in Form von Reputationsrisiken bewertet.
- Beim gesamthaften Management ökologischer Kredit- und Hypothekenrisiken stecken die Schweizer Retailbanken mehrheitlich in den Kinderschuhen, von wenigen Ausnahmen – allen voran die UBS, vor der Berner Kantonalbank und der Credit Suisse Schweiz – einmal abgesehen. Dieser gesamthaft eher zögerliche Umgang mit ökologischen Kredit- und Finanzierungsrisiken birgt verschiedene potenzielle Gefahren für die Retailbanken und das Finanzsystem als Ganzes.

# Zusammenfassung

## A Ratingmethodik

Das WWF Rating des Schweizer Retailbankings 2016/2017 bewertet den gesamtheitlichen Nachhaltigkeits-Impact<sup>6</sup> der 15 grössten Retailbanken in der Schweiz (gemäss Bilanzsumme). Der Fokus liegt in erster Linie auf den Umweltwirkungen und z.T. auch auf gesellschaftlichen Wirkungen, d.h. den Nachhaltigkeitswirkungen insgesamt.

Schweizer Retailbanken konzentrieren sich vorwiegend auf das klassische Zinsdifferenzgeschäft mit Hypothekar- und Unternehmenskrediten. Hinzu kommen die Kontoführung und die Verwaltung der Spar-, Anlage- und Vorsorgegelder der KundInnen sowie Dienstleitungen für den Zahlungsverkehr (z. B. Überweisungen). Daher konzentriert sich die Ratingstudie auf die Bewertung der genannten Hauptgeschäftstätigkeiten (Kerngeschäft) sowie der Unternehmensführung und der daraus resultierenden umfassenden Nachhaltigkeitswirkungen.

### Bereiche des WWF Retailbanking-Ratings



Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

### Einstufungsklassen der Retailbanken

Basierend auf den Ratingergebnissen, wurden die Retailbanken fünf Einstufungsklassen zugeordnet: den Visionären, den Vorreitern, den Verfolgern, dem Mittelfeld sowie den Nachzügler/Intransparenten:

- **Visionäre:** Eine visionäre Retailbank verfolgt eine systematisch nachhaltige Unternehmensstrategie und hat damit einen längerfristigen, generationenübergreifenden Zeithorizont im Blick. Sie versucht, ihre Finanzflüsse hin zu nachhaltigen Aktivitäten zu lenken. Zudem ist sie bemüht, das Verhalten von Unternehmen und KreditnehmerInnen im Rahmen ihrer Möglichkeiten so zu beeinflussen, dass diese nachhaltiger agieren.
- **Vorreiter:** Vorreiter sehen die Nachhaltigkeit als ein wichtiges Unternehmensziel, neben wirtschaftlichen Zielen (Triple Bottom Line). Sie engagieren sich aktiv, ihre Nachhaltigkeitswirkungen zu verbessern, und haben hier einzelne Erfolge zu verzeichnen. Sie gehen in einzelnen Bereichen mutig voran und entwickeln innovative Lösungen. Vorreiter bieten ihren KundInnen ein relativ breites Angebot nachhaltiger Finanzprodukte an und fördern diese aktiv. Allerdings haben sie relevante Nachhaltigkeitsaspekte – sogenannte ESG-Faktoren<sup>7</sup> – noch nicht systematisch in ihre täglichen Mainstream-Geschäftsaktivitäten integriert.
- **Verfolger:** Verfolger haben erkannt, dass die Berücksichtigung von ESG-Faktoren wirtschaftliche Chancen birgt und dazu geeignet ist, Risiken zu minimieren. Sie bieten einzelne Nischenprodukte im Nachhaltigkeitsbereich an, ohne allerdings selbst Innovationen voranzubringen. Ihre nachhaltige Produktpalette deckt nicht alle Produktbereiche ab.

- **Mittelfeld:** Retailbanken im Mittelfeld haben einzelne ESG-Faktoren integriert, da sie erkannt haben, dass diese kurzfristig wirtschaftlich und damit für die Maximierung des Shareholder-Values relevant sind. Sie verhalten sich dementsprechend eher defensiv.

- **Nachzügler/Intransparente:** Nachzügler haben ESG-Faktoren kaum auf dem Radar, ihre Geschäftspolitik ist auf rein finanzielle Faktoren ausgerichtet. Sie reagieren nur dann auf Nachhaltigkeitsthemen, wenn sie durch Anspruchsgruppen wie z. B. NGO oder nachhaltigkeitsaffine KundInnen dazu gedrängt werden. Intransparente Retailbanken geben keinerlei Auskunft darüber, ob sie ESG-Faktoren berücksichtigen oder nicht. Wir erachten es für relativ wahrscheinlich, dass sie Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen entsprechend nicht oder kaum berücksichtigen. Ein erster Schritt für intransparente Banken wäre es, die notwendige Transparenz herzustellen, um sich auf Basis einer solchen Bestandsaufnahme sukzessive zu verbessern.

### Bewertungskategorien für die Ratingkriterien

Das Rating basierte auf einem Set von 34 Einzelkriterien. Analog zu den oben genannten fünf Einstufungsklassen war für jedes Kriterium eine Note von maximal 5 und minimal 1 möglich. Generell definiert die Maximalnote 5 einen Zustand, den der WWF Schweiz bis 2025 für eine Retailbank aus umfassender Nachhaltigkeitsicht als erstrebenswert und erreichbar erachtet. Insgesamt stellen die grünen Bewertungskategorien – «visionär – die Bank 2025» (Note 5), «richtungsweisend» (Note 4) und «zeitgemäss» (Note 3) – «überdurchschnittliche» Bewertungen dar.

### Bewertungskategorien und Einstufungsklassen des WWF Retailbanking-Ratings

Farbcodes	Bewertungskategorien	Einstufungsklassen
	5 visionär – die Bank 2025	Visionäre
	4 richtungsweisend	überdurchschnittlich Vorreiter
	3 zeitgemäss	Verfolger
	2 durchschnittlich	unter-/ Mittelfeld
	1 unterdurchschnittlich/intransparent	durchschnittlich Nachzügler/Intransparente

Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

## B Ratingresultate

### Ratingresultate im Überblick

Insgesamt wurden drei Retailbanken – die Berner Kantonalbank, die Raiffeisen-Gruppe<sup>8</sup> und die Zürcher Kantonalbank – als «Verfolger» und damit «überdurchschnittlich» bewertet. Zehn Banken befinden sich im «Mittelfeld», und zwei Retailbanken wurden als «Nachzügler» und damit «unterdurchschnittlich» identifiziert.

### Einstufungsklassen und Ergebnisse des WWF Retailbanking-Ratings

<b>Visionäre</b>		
<b>Vorreiter</b>		
<b>Verfolger</b>	Berner Kantonalbank Raiffeisen-Gruppe* Zürcher Kantonalbank	
<b>Mittelfeld</b>	Aargauische Kantonalbank Banque Cantonale Vaudoise Basellandschaftliche Kantonalbank Basler Kantonalbank Credit Suisse Schweiz	Luzerner Kantonalbank Migros Bank Neue Aargauer Bank** St. Galler Kantonalbank UBS***
<b>Nachzügler</b>	PostFinance Valiant Bank	<b>Intransparente</b>

Quelle: WWF / Inrate 2017.

\* Das Rating der Raiffeisen-Gruppe fokussiert auf das Retailbanking der Raiffeisenbanken und von Raiffeisen Schweiz.

\*\* Diese Bank hat einen Teil des Fragebogens nicht ausgefüllt, daher konnte ein Teil der Kriterien lediglich basierend auf den öffentlich verfügbaren Informationen bewertet werden.

\*\*\* Das Rating der UBS fokussiert auf das Retailbanking-Geschäft der Business-Division «Personal & Corporate Banking» in der Schweiz.

Die nachfolgende Tabelle fasst die Ergebnisse aus den einzelnen Kriterien der Umfrage zusammen.

### Ratingergebnisse der Retailbanken, nach Subbereichen und gesamthaft

	Unternehmensführung			Sparen, Anlegen und Vorsorgen		Kredite und Finanzierungen			Gesamtresultat
	Gesellschaftl. Engagement und Interessenvertretung	Governance, Monitoring und Reporting	Betriebliches Management	Sparen und Anlegen	Vorsorgen	Kredite	Hypotheken	Management ökol. Kredit- und Hypothekenrisiken	
Aargauische Kantonalbank (AKB)									
Banque Cantonale Vaudoise (BCV)									
Basellandschaftliche Kantonalbank (BLKB)									
Basler Kantonalbank (BKB)									
Berner Kantonalbank (BEKB)									
Credit Suisse Schweiz (CS)									
Luzerner Kantonalbank (LUKB)									
Migros Bank (MB)									
Neue Aargauer Bank (NAB)*									
PostFinance (PF)									
Raiffeisen-Gruppe** (Raiffeisen)									
St. Galler Kantonalbank (SGKB)									
UBS*** (UBS)									
Valiant Bank (Valiant)									
Zürcher Kantonalbank (ZKB)									

Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

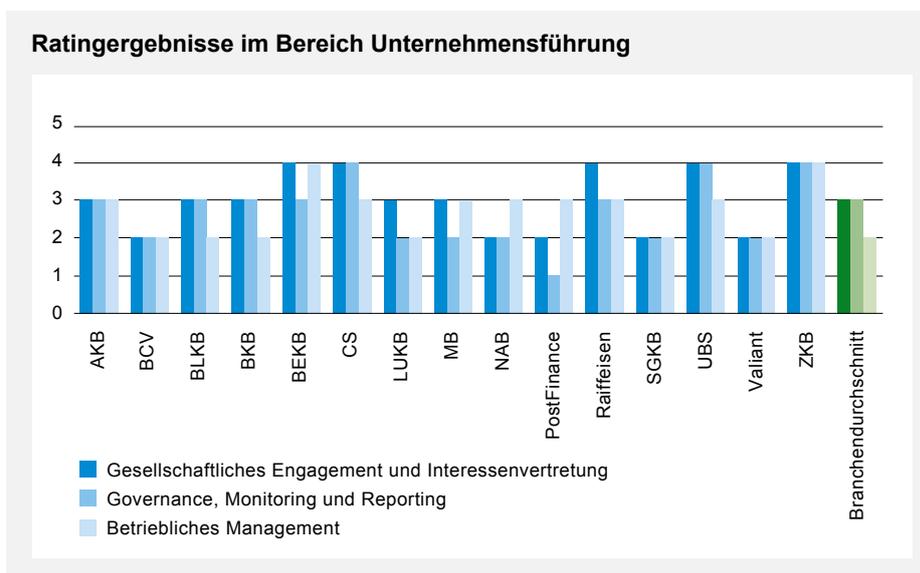
\* Diese Bank hat einen Teil des Fragebogens nicht ausgefüllt, daher konnte ein Teil der Kriterien lediglich basierend auf den öffentlich verfügbaren Informationen bewertet werden.

\*\* Das Rating der Raiffeisen-Gruppe fokussiert auf das Retailbanking der Raiffeisen Banken und von Raiffeisen Schweiz.

\*\*\* Das Rating der UBS fokussiert auf das Retailbanking-Geschäft der Business-Division «Personal & Corporate Banking» in der Schweiz.

## Unternehmensführung

Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte sind bei den untersuchten Retailbanken in der Regel relativ gut in der Unternehmensführung verankert: Bei der Hälfte der Retailbanken ist die Unternehmensführung mindestens «zeitgemäss» und bei der anderen Hälfte «durchschnittlich». Allerdings zeigt sich bei genauerem Hinsehen, dass sich die Unternehmensführung in der Regel vor allem auf betriebsökologische Themen fokussiert, d. h. auf das Einsparen von Energie und Ressourcen bei den Banken selbst. Der weit grössere Hebel der Bankinstitute liegt jedoch im Kerngeschäft, d. h. in der Frage, welche Aktivitäten und Sektoren letztlich finanziert und somit unterstützt werden, ob besonders umweltschädliche oder umweltfreundliche. Nur wenige Kreditinstitute haben bis heute diesen Hebel wirklich als zentral erkannt und ihre Unternehmensführung und ihre strategischen Entscheidungen entsprechend ausgerichtet. Dementsprechend sind die Nachhaltigkeitspraktiken der meisten Retailbanken im Kerngeschäft noch wenig ausgereift.



Ergebnisse sind auf ganze Notenwerte gerundet.

Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

Die bewerteten Schweizer Retailbanken waren im Bereich Unternehmensführung bei vielen Aspekten «zeitgemäss»: bei der Integration von Umweltschutz und Nachhaltigkeit in die eigenen Governance-Strukturen, bei der Errichtung von (bestenfalls zertifizierten) Umweltmanagementsystemen, bei der Reduktion der Energieverbräuche und Treibhausgasemissionen im eigenen Unternehmen sowie beim Engagement in Brancheninitiativen und -verbänden, bei denen Nachhaltigkeit oder Umweltschutz explizites (Teil-)Ziel ist.

Knapp «überdurchschnittlich» waren die untersuchten Retailbanken, wenn es darum geht, die für sie aus Nachhaltigkeitssicht relevanten Themen zu identifizieren und daraus konkrete, möglichst quantitative, messbare Ziele zu definieren. Noch nicht alle Banken haben erkannt, dass die Nachhaltigkeitswirkungen ihrer Finanzdienstleistungen und -produkte zentral sind, um nachhaltiger zu werden, und nur wenige haben sich diesbezüglich qualitative oder sogar konkrete quantitative Ziele gesetzt. Ebenfalls leicht «überdurchschnittlich» waren die Banken in ihrem politischen Engagement zur Förderung von nachhaltigkeits- und umweltförderlichen Rahmenbedingungen in der Schweiz.

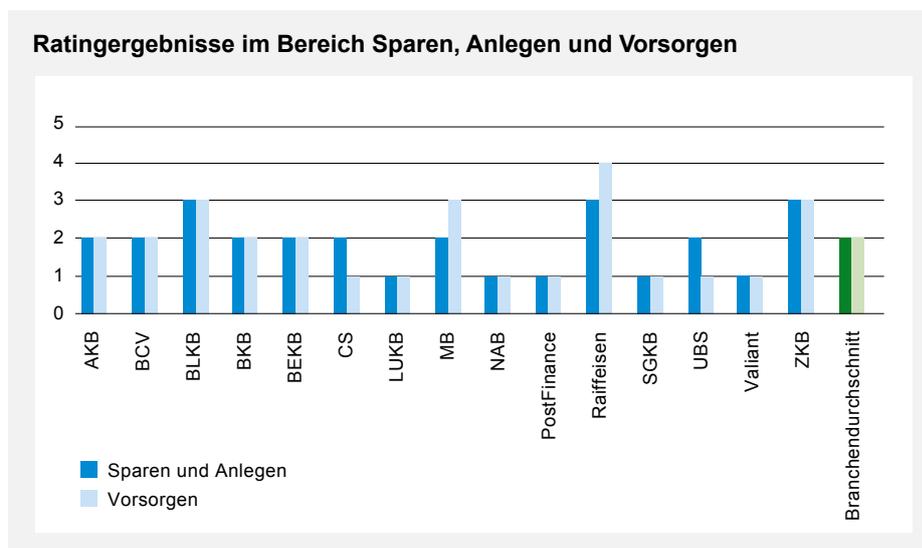
Interessant ist, dass die Banken beim Anlegen ihrer betriebseigenen Pensionskassengelder und Eigenmittel lediglich «durchschnittlich» waren. Dies könnte daran liegen, dass diese Themen nach aussen gegenüber Anspruchsgruppen in der Regel nicht sichtbar gemacht und damit bankenintern als weniger relevant wahrgenommen werden, wie die «klassischen» oben genannten betriebsökologischen Themen oder die ökologischen/nachhaltigen Anlageprodukte (s. u.).

### Sparen, Anlegen und Vorsorgen

Der Nachhaltigkeitsgedanke wurde bei den **Sparkonten** bislang noch kaum systematisch angewandt. Die meisten Banken schnitten «unterdurchschnittlich» ab, da sie im Bereich des Kontosparens über keine Nachhaltigkeits- und Umweltrichtlinien verfügten und damit Nachhaltigkeits- und Umweltaspekte<sup>9</sup> nicht berücksichtigten. Grundsätzlich sind Sparprodukte jedoch relevante Hebel für mehr Nachhaltigkeit im Bankensystem.

Eine wirksame Möglichkeit ist eine höhere produktbezogene Transparenz. Banken könnten kommunizieren, in welche umwelt- und nachhaltigkeitsrelevanten Aktivitäten und Sektoren die eingelagerten Gelder aus den verschiedenen Sparsegmenten bei der Kreditvergabe fliessen. Auf diese Weise könnten KundInnen bei der Wahl eines Sparprodukts gezielt das nachhaltigere auswählen. Aktuell gibt es unter den 15 bewerteten Retailbanken nur ein «zeitgemässes» Sparprodukt der Züricher Kantonalbank, das auf eine positive Umweltwirkung abzielt und auch eine gewisse Transparenz bei der Verwendung der Spargelder gewährleistet.

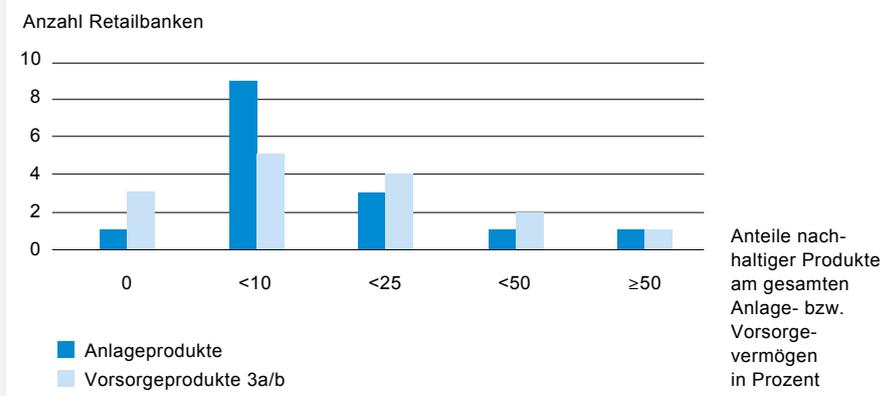
Bei den **Anlage- und Vorsorgeprodukten 3a/b** in der Schweiz hat die Nachhaltigkeit anders als bei den Sparprodukten bereits eine längere Tradition. Gleichwohl ist der Markt für nachhaltige Anlage- und Vorsorgeprodukte 3a/b nach wie vor vergleichsweise unreif. Bei den meisten Retailbanken sind nachhaltige Produkte reine Nischenprodukte und deren Anteil an den gesamten verwalteten Vermögen entsprechend kaum erwähnenswert. Einzelne Banken stehen sogar noch ganz am Anfang. Es gibt jedoch auch Pioniere – allen voran die Raiffeisen-Gruppe, vor der Migros Bank und der Banque Cantonale Vaudoise –, bei denen die nachhaltigen Anlage- und/oder Vorsorgeprodukte 3a/b einen Marktanteil von über 25% einnehmen. Eine weitere gute



Ergebnisse sind auf ganze Notenwerte gerundet.

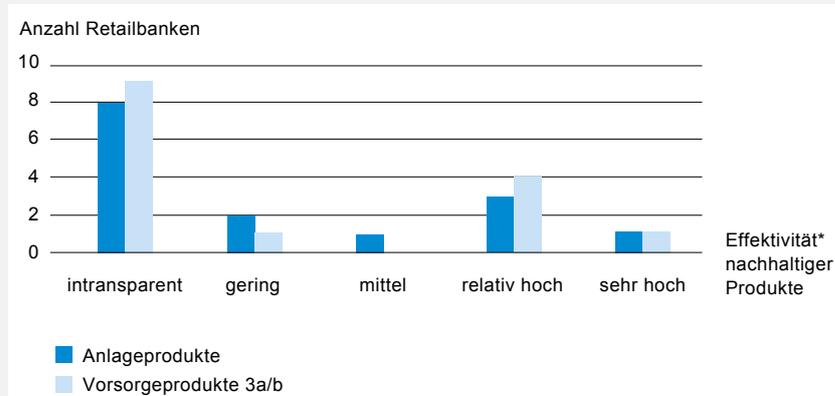
Quelle: WWF Schweiz/Inrate 2017.

### Anteile nachhaltiger Anlage- und Vorsorgeprodukte 3a/b an den Anlage- bzw. Vorsorgevermögen 2015



Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

### Effektivität\* der nachhaltigen Anlage- und Vorsorgeprodukte 3a/b



Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

\* Die Effektivität nachhaltiger Anlageprodukte bezeichnet die Geeignetheit der zugrunde liegenden nachhaltigen Anlagestrategien, den Nachhaltigkeits-Impact der Anlageprodukte zu verbessern. Die Bewertung der Effektivität basiert auf der Ratingmethode von Inrate.

Nachricht ist, dass die Effektivität<sup>10</sup> der nachhaltigen Produkte dieser Kreditinstitute im Mindesten «richtungsweisend», im Fall der Raiffeisen-Gruppe sogar «visionär» ist. Dies bedeutet, dass KundInnen bei diesen Retailbanken davon ausgehen können, dass sie durch ihre nachhaltigen Anlage- und Vorsorgeprodukte tatsächlich einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Wirtschaft und Gesellschaft leisten.

Bei einem Teil der Retailbanken ist die **Effektivität der nachhaltigen Anlageprodukte**<sup>11</sup> jedoch begrenzt, d. h., dass in diesen Fällen die nachhaltigen Produkte nur eingeschränkt oder gar minimal zu mehr Nachhaltigkeit beitragen. Dies deutet auf ein grosses Manko im Markt für nachhaltige Anlage- und Vorsorgeprodukte 3a/b hin: Es fehlen nach wie vor verlässliche Standards für nachhaltige Anlage- und Vorsorgeprodukte im Retailbanking. Zielführend wären z. B. Produktdeklarationen, die transparent und einfach verständlich aufzeigen, wie hoch der Umwelt- und insbesondere der Klima-Impact nachhaltiger Produkte im Vergleich zu konventionellen Produkten tatsächlich ist. Denkbar wäre zudem ein klar definierter Mindeststandard, z. B. analog dem gesetzlich definierten Bio-Standard bei Lebensmitteln. Das Ziel ist, dass KundInnen relativ einfach erkennen können, welche bzw. wie viel Umweltschäden oder Treibhausgase ein nachhaltig investierter Schweizer Franken gegenüber einem nicht nachhaltig investierten Franken generiert bzw. wie viel vermieden werden kann. Unter den 15 bewerteten Retailbanken errechnen und kommunizieren nur sehr wenige den **Umwelt-Impact und Carbon-Footprint**<sup>12</sup> ihrer Anlage- und Vorsorgeprodukte. Dies ist vermutlich der Tatsache geschuldet, dass die aktuell verwendeten Methoden, abgesehen von denjenigen eines Instituts – der Raiffeisen-Gruppe –, noch nicht die gesamthaften Umweltwirkungen entlang gesamter Wertschöpfungsketten berücksichtigen. Dies bedeutet, dass z. B. bei Investitionen in Automobil- oder Flugzeughersteller in aller Regel nur die direkten Umwelt- und Klimaauswirkungen (Impacts Scope 1 und 2) in der Produktion bewertet werden. Ausschlaggebend für die hohen Klimaauswirkungen sind jedoch die Auswirkungen während der Produktnutzung. Dies deutet darauf hin, dass die methodische Bewertungsbasis beim Gros der Nachhaltigkeitsbewertungen verbessert werden müsste.

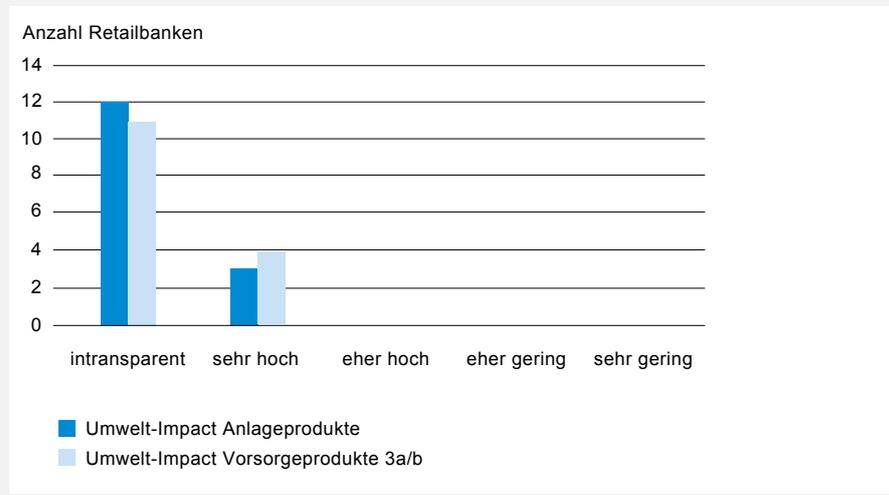
Auch in der produktbezogenen Kommunikation gibt es Defizite. Bis dato gibt es keine Retailbank, bei der KundInnen bei der Wahl ihrer Produkte einfach erkennen können, welchen gesamthaften Umwelt-Impact oder Carbon-Footprint ihre investierten Gelder haben. Eine Retailbank, die Zürcher Kantonalbank, kommuniziert ihren «Nachhaltigkeitsindi-

kator» bei einem Teil ihrer Anlageprodukte. Dieser bewertet jedoch nur einzelne Nachhaltigkeitsaspekte von Anlagefonds oder Portfolios, und er erfasst beim Carbon-Footprint nur die direkten (Scope 1 und 2) und nicht die gesamthaften Klimawirkungen entlang gesamter Wertschöpfungsketten (Scope 1 bis 3).

Aus diesem Grund wurde im WWF Retailbanking-Rating für die grössten 15 Schweizer Retailbanken versucht, ein erstes Mal Transparenz herzustellen und den umfassenden Umwelt-Impact und Carbon-Footprint (Scope 1 bis 3) der gesamten verwalteten (Vorsorge- und Anlage-)Vermögen basierend auf den Inrate-Bewertungsmethoden zu analysieren. Der Umwelt-Impact bewertet die externen Umweltkosten und der Carbon-Footprint die Klimaintensität jeweils umfassend, d. h. entlang gesamter Produktlebenszyklen (Scope 1 bis 3). Die Umweltkosten und die Klimaintensität werden übersetzt in eine Skala von 1 bis 5. Eine «1» steht für einen sehr hohen umfassenden Umwelt-Impact bzw. eine sehr hohe Klimaintensität, eine «5» für einen sehr geringen Umwelt-Impact bzw. eine sehr geringe Klimaintensität. Eine «1» ist folglich negativ für Mensch und Umwelt, während eine «5» insofern positiv für Mensch und Umwelt ist, als umwelt- bzw. klimaintensivere Aktivitäten ersetzt werden können, z. B. fossile durch erneuerbare Energiequellen.

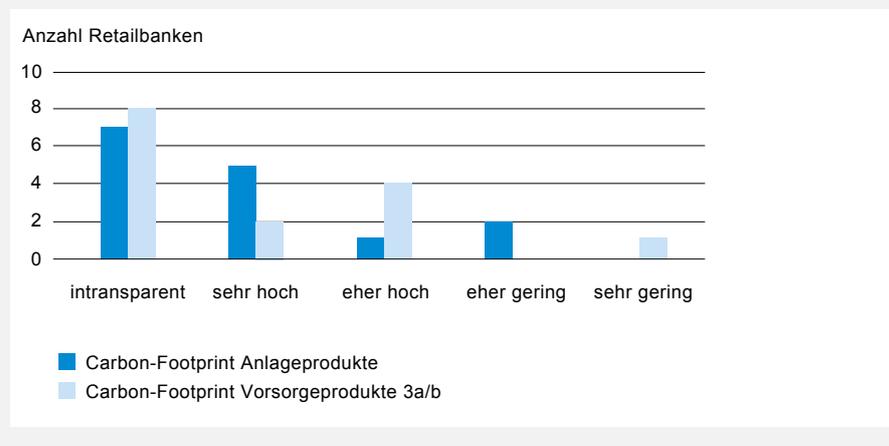
Die Voraussetzung für eine Berechnung des Umwelt-Impacts und Carbon-Footprints war, dass die untersuchten Retailbanken Informationen über die Aufteilung ihrer Anlage- und Vorsorgevolumina (in CHF oder %) auf besonders umweltrelevante Sektoren und Subsektoren<sup>13</sup> (Sektorenallokation) sowie auf regionale Märkte (Länder- und Regionenallokation) und nachhaltige vs. konventionelle Anlagestrategien<sup>14</sup> liefern konnten. Die folgenden Abbildungen zeigen, dass die meisten der Retailbanken die geforderten Daten zum aktuellen Zeitpunkt noch nicht liefern können und damit eine gewisse Intransparenz im Raum steht. Von den transparenten Banken haben die meisten nach wie vor einen sehr oder eher hohen Umwelt-Impact bzw. Carbon-Footprint. Nur bei zwei Instituten sind die Impacts eher oder sehr gering: bei der Basellandschaftlichen Kantonalbank (eher geringer Carbon-Footprint der Anlageprodukte) und der Raiffeisen-Gruppe (eher geringer Carbon-Footprint der Anlageprodukte und sehr geringer Carbon-Footprint der Vorsorgeprodukte).

### Umfassender Umwelt-Impact der Anlage- und Vorsorgeprodukte 3a/b



Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

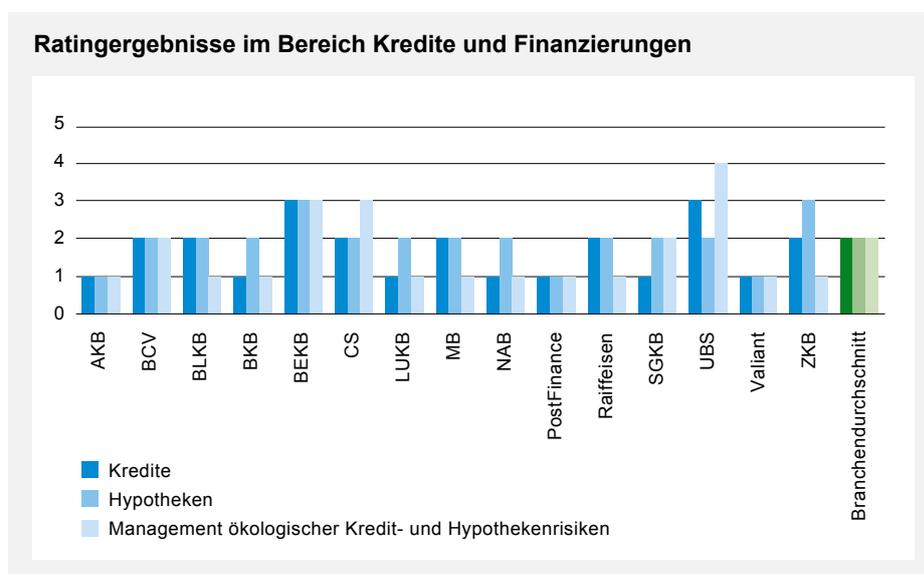
### Umfassender Carbon-Footprint (Scope 1 bis 3) der Anlage- und Vorsorgeprodukte 3a/b



Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

## Kredite und Finanzierungen

Auch bei den Krediten und Finanzierungen sind die Retailbanken noch nicht sehr weit fortgeschritten, was den konsequenten Einbezug von Umweltaspekten anbelangt. Bei den ökologischen Kreditprodukten bieten die Banken aktuell nur zwei Kategorien an: Öko-Hypotheken und vereinzelte innovative Produkte im Verkehrsbereich. Bei allen Kreditinstituten sind die Anteile dieser Produkte an den Gesamtfinanzierungsvolumina nur minimal, d. h. unter 5%. Damit wird deutlich, dass ökologische Finanzierungslösungen weit weniger fortgeschritten sind als im Anlage- und Vorsorgebereich.



Ergebnisse sind auf ganze Notenwerte gerundet.

Quelle: WWF Schweiz / Inrate 2017.

Das WWF Retailbanking-Rating hat zudem gezeigt, dass ökologische Finanzierungsrisiken nicht immer systematisch verwaltet werden. Eine Minderheit der Banken befasste sich zum Zeitpunkt der Untersuchung noch gar nicht mit ökologischen Risiken und weitere Banken (knapp die Hälfte bei den Unternehmenskrediten und zwei bei den Hypotheken) eher unsystematisch. Immerhin gehen bei den Unternehmenskrediten sechs und bei den Hypotheken zehn Retailbanken das Thema Umweltrisiken relativ systematisch an. Bei den Unternehmenskrediten werden überwiegend branchenbezogene Kriterien und im Hypothekarbereich das Thema Altlasten geprüft. Es kann davon ausgegangen werden, dass die branchenbezogenen Risikokriterien in den meisten Fällen aus Reputationsgründen angewandt werden. Altlasten wiederum werden bewertet, da dieser Umweltaspekt im Haftungsrecht gesetzlich verankert ist. Dementsprechend werden diese Umweltrisiken, bis auf ganz wenige Ausnahmen, nur qualitativ und nicht quantitativ ausgewertet.

Ein Blick weg von der Ebene einzelner Kredite und Hypotheken hin zu einem gesamthaften Management ökologischer Kredit- und Hypothekenrisiken liefert noch ein anderes Bild. Hier stecken die Schweizer Retailbanken fast noch in den Kinderschuhen, von wenigen Ausnahmen – allen voran die UBS, vor der Berner Kantonalbank und der Credit Suisse Schweiz – einmal abgesehen. Diese drei Institutionen widmen sich bereits heute der gesamthaften Betrachtung ihrer ökologischen Finanzierungsrisiken.

Dieser gesamthaft eher zögerliche Umgang mit ökologischen Kredit- und Finanzierungsrisiken birgt selbst wiederum verschiedene potenzielle Gefahren für die Retailbanken. Wichtige Umweltrisiken, die weder aus Reputations- noch aus gesetzlicher Sicht wichtig erscheinen, werden ggf. nicht erkannt und deshalb nicht berücksichtigt. Möglicherweise bleibt auch die finanzielle Dimension von Umweltaspekten – z. B. in Form von Kostenrisiken, aber auch von möglichen Ertragschancen – unerkannt bzw. entsprechend ungenutzt. Werden Umweltrisiken nur beim Abschluss der Kredite und Hypotheken, nicht aber wiederkehrend während der Vertragslaufzeit geprüft, bleiben Risiken, die über die Zeit erst entstehen (z. B. Altlasten), unentdeckt. Eine solche statische Perspektive verkennt die Dynamiken von Umweltrisiken und lässt den ggf. notwendigen Weitblick vermissen.

Eine effektive Bewertung und Verwaltung von Umweltrisiken verlangt zudem, dass diese nicht nur auf Ebene von Einzelkreditverträgen, sondern auch auf übergeordneter Ebene ganzer Kredit- und Hypothekenportfolios untersucht und adäquat überwacht werden, denn manche Risiken mögen auf Einzelvertragsebene noch nicht materiell erscheinen, sind es aber möglicherweise auf einer weitreichenderen Ebene. Eine umfassende Betrachtung des gesamthaften Finanzierungsportfolios eröffnet einer Retailbank zudem die Möglichkeit eines gewissen Risikoausgleichs zwischen den verschiedenen Kreditbereichen.

Eine unzureichende Verwaltung von Umweltrisiken kann nicht nur für einzelne Banken zu Risiken und Wettbewerbsnachteilen führen, sondern, im Fall systemischer Risiken (z. B. «sunk costs» der Carbon-Bubble), auch für die lokale Bankbranche sowie das Finanzsystem insgesamt negative Auswirkungen haben.

## **Autoren**

Dr. rer. pol. Regina Schwegler (Inrate AG), Claude Amstutz (WWF Schweiz)

## **Mitwirkende**

Ivo Mugglin und Britta Rendlen (WWF Schweiz), Bettina Rüegge, Judith Reutimann, Antonius Knep (Inrate AG)

## **Disclaimer und Methodik**

Die vorliegende Publikation sowie die zugehörigen Materialien sind nicht zur Finanz-, Kredit-, Anlage- und Vorsorgeberatung gedacht und stellen keine solche Beratung dar. Der WWF Schweiz und die Inrate AG übernehmen keine Garantie hinsichtlich der Zweckmässigkeit oder Angemessenheit einer Spareinlage sowie Investition in ein bestimmtes Unternehmen, einen Anlagefonds oder ein sonstiges Anlagevehikel bzw. in Bezug auf die Finanzierungsprodukte und Kreditdienstleistungen eines bestimmten Rechtsträgers, einer Retailbank oder eines sonstigen Dienstleisters für die Erbringung von Bank- und Finanzdienstleistungen. Eine Entscheidung über die Nutzung der Dienstleistungen einer Retailbank oder eines sonstigen Rechtsträgers sollte nicht im Vertrauen auf die Aussagen in der vorliegenden Publikation getroffen werden. Wenngleich alles getan wurde, um sicherzustellen, dass die Informationen in dieser Publikation korrekt sind, können der WWF Schweiz, die Inrate AG und deren VertreterInnen ihre Richtigkeit nicht garantieren und haften nicht für Ansprüche oder Verluste jeglicher Art im Zusammenhang mit den in diesem Dokument enthaltenen Informationen, einschliesslich (jedoch nicht darauf beschränkt) für entgangene Gewinne, verschärften Schadenersatz, Folgeschäden oder Ansprüche aufgrund von Fahrlässigkeit.

Da die bewerteten Retailbanken aktuelle oder potenzielle Kunden der Inrate AG sein können, wurde zur Vermeidung von Interessenkonflikten sichergestellt, dass das für die vorliegende Studie zuständige Inrate-Team nicht in die Beratung der beurteilten Retailbanken involviert ist. Zudem haben der WWF Schweiz und die Inrate AG mittels der stringenten und offengelegten Methodik und mittels Kontrollprozessen für eine objektiv nachvollziehbare Bewertung aller 15 Retailbanken Sorge getragen.

## **WWF Schweiz**

Die Mission des WWF: Der WWF will die weltweite Zerstörung der Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Harmonie miteinander leben. Um diese Mission zu verwirklichen, setzt sich der WWF dafür ein, die weltweite Biodiversität zu erhalten. Der WWF kämpft ausserdem dafür, die Nutzung natürlicher Ressourcen auf ein nachhaltiges Niveau zu reduzieren. Um die Ziele zu erreichen, arbeitet der WWF auf vier Ebenen: im Feld, mit Unternehmen, in der Politik und mit der Bevölkerung. Der WWF führt regelmässig Unternehmensratings durch und beurteilt so die Nachhaltigkeitsperformance von Firmen in wichtigen Branchen.



## **Inrate AG**

Inrate ist eine unabhängige Nachhaltigkeits-Ratingagentur mit Sitz in der Schweiz. Seit 1990 bieten wir innovative Research-Lösungen an und helfen unseren Kunden – von institutionellen Anlegern über Finanzdienstleister bis hin zu internationalen Organisationen –, Nachhaltigkeit in ihre Investitionsprozesse zu integrieren.



Mit unserem innovativen Serviceansatz bewerten wir den ökologischen und sozialen Impact entlang gesamter Wertschöpfungsketten sowie die Corporate Governance von Unternehmen, internationalen Institutionen, Ländern und Finanzprodukten. Dies erlaubt unseren Kunden, die Auswirkungen ihrer Investitionen auf Umwelt und Gesellschaft besser zu verstehen und zu optimieren, Risiken in ihren Anlagen zu reduzieren sowie Ertragschancen zu erkennen. Zudem unterstützen wir Kunden darin, ethische Wertvorstellungen in ihren Anlagestrategien zu berücksichtigen. Durch unsere Dienstleistungen leisten wir einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Wirtschaft und Gesellschaft.



**WWF Schweiz**

Hohlstrasse 110

Postfach

8010 Zürich

Telefon +41 (0)44 297 21 21

Fax +41 (0)44 297 21 00

[wwf.ch/kontakt](http://wwf.ch/kontakt)

[www.wwf.ch](http://www.wwf.ch)

Spenden: PC 80-470-3



**Inrate AG**

Binzstrasse 23

8045 Zürich

Telefon +41 (0)58 344 00 00

[info@inrate.com](mailto:info@inrate.com)

[www.inrate.com](http://www.inrate.com)

Inrate stellt Nachhaltigkeitswissen zur Verfügung, mit dessen Hilfe investiertes Kapital in Richtung nachhaltige Wirtschaft gelenkt wird.



**Unser Ziel**

Wir wollen die weltweite Zerstörung der Umwelt stoppen und eine Zukunft gestalten, in der Mensch und Natur in Harmonie miteinander leben.