RAIFFEISEN

Magazin zum Geschäftsjahr 2022

Raiffeisen Gruppe

2022

Nachhaltiges Vorsorgen und Anlegen
S. 12

Im Gespräch mit Thomas A. Müller und Heinz Huber
S. 8

So entfalten nachhaltige Investitionen Wirkung
S. 18

Genossenschaften kommen auch in der Stadt gut an
S. 21

Kurzporträt

Aus Überzeugung genossenschaftlich

Die Raiffeisen Gruppe ist die führende Schweizer Retailbank. Die Bankengruppe ist genossenschaftlich organisiert und in der ganzen Schweiz präsent. Alle Raiffeisenbanken sind rechtlich autonom; zusammen bilden sie eine Gemeinschaft und haften gegenseitig. Die Raiffeisenbanken sind Mitglieder der Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, von der sie zu 100 Prozent Eigentümer sind. Wer Anteilscheine einer Raiffeisenbank zeichnet, wird zur Genossenschafterin oder zum Genossenschafter. Als Gruppe ist Raiffeisen die drittgrösste Kraft im Schweizer Bankenmarkt und die Nummer 1, wenn es um Immobilienfinanzierung geht. «Gemeinsam können wir mehr erreichen.» In diesem Sinne verfolgt Raiffeisen zwar eine gewinn- und effizienzorientierte, jedoch nicht eine auf kurzfristige Gewinnmaximierung ausgerichtete Geschäftspolitik.

1,18 Mrd. CHF
Gruppengewinn

281 Mrd. CHF
Bilanzsumme

21 Mrd. CHF
Eigenkapital

204 Mrd. CHF
Hypothekarvolumen

205 Mrd. CHF
Kundeneinlagen

242 Mrd. CHF
Verwaltete Kundenvermögen

3,6 Mio.
Kundinnen und Kunden

Mehr als **2** Mio.
Genossenschafterinnen und **Genossenschafter**

141 Mio. CHF
werden in Form von **Mitgliedervorteilen** weitergegeben

11’652
Mitarbeitende

220
Raiffeisenbanken

803
Standorte

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser

Schliessen wir ein Geschäftsjahr ab, interessieren vor allem die Finanzzahlen. Diese werden im Geschäftsbericht der Raiffeisen Gruppe publiziert. Die Menschen und ihre Geschichten hinter den Zahlen stehen im Magazin zum Geschäftsjahr im Mittelpunkt. Sie sind verantwortlich für den Erfolg der Genossenschaftsgruppe. Hier im Magazin finden Sie, liebe Leserin, lieber Leser, was uns 2022 bewegt hat.

Schwerpunkt der aktuellen Ausgabe ist das Thema nachhaltiges Vorsorgen und Anlegen – mit seinen vielen Facetten. Weil immer mehr Kundinnen und Kunden ihre Anlagen zukunftsorientiert und verantwortungsbewusst ausrichten möchten, hat Raiffeisen ihre Lösungspalette in diesem Bereich vervollständigt und konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Wie wir das gemacht haben? Was Active Ownership bedeutet? Antworten auf diese Fragen und noch viel mehr erfahren Sie auf den nächsten Seiten. Ein paar Zahlen finden Sie ebenfalls – aber nur die wichtigsten.

Wir wünschen eine gute Lektüre.

Thomas A. Müller
Präsident des Verwaltungsrats
Raiffeisen Schweiz

Heinz Huber
Vorsitzender der Geschäftsleitung
Raiffeisen Schweiz

Inhalt

Unternehmensporträt und Geschäftsergebnis 2022 4

Einzigartiges Genossenschaftsmodell 5

Im Gespräch mit Thomas A. Müller und Heinz Huber 8

Geschäftsergebnis 2022 und strategische Zielgrössen 11

Nachhaltiges Vorsorgen und Anlegen 12

Nachhaltige Anlagen sind der neue Standard 13

Experteninterview: Nachhaltig anlegen heisst weitsichtig anlegen 14

20 Jahre Erfahrung mit nachhaltigen Anlagelösungen 15

Kundenporträt: Was wir täglich tun, zählt ... 16

Active-Ownership-Ansatz: So entfalten nachhaltige Investitionen Wirkung 18

Gastkommentar: Aktionärinnen und Aktionäre nehmen Einfluss 19

Genossenschaft 20

Genossenschaften kommen auch in der Stadt gut an 21

Das Genossenschaftsmodell trifft den Puls der Zeit 22

Engagiert für die Gesellschaft 24

Gastkommentar: Raiffeisen verpflichtet 25

Innovationskultur: Gemeinsam zur Genossenschaft von morgen 26

Mit Elektroautos die Netzstabilität stärken 27

Kundenlösungen 28

Sind digitale Raiffeisen-Lösungen intuitiv? 29

Kurzinterview: UX-Design begeistert Menschen 31

Kundenporträt: Mit Modernisierung Verantwortung übernehmen 32

Seit zehn Jahren gibt es bei der Banca Raiffeisen della Campagnadorna keine Schalter mehr 34

Kundenporträt: Eine solche Chance erhält man nur einmal 35

Verantwortung 36

Nachhaltigkeitsstrategie: Positiven Impact ausbauen 37

Im Betrieb: Hand in Hand für den Klimaschutz 38

Lokalhelden: Vereine vereint fürs Klima 39

Vielfalt fördert die Innovationskraft und Kreativität 40

Vorsprung dank Bildung 42

Nachhaltige Anlagen sind der neue Standard
S. 13

Mit Elektroautos die Netzstabilität stärken
S. 27

Mit Modernisierung Verantwortung übernehmen
S. 32

Hand in Hand für den Klimaschutz
S. 38

Unternehmensporträt und Geschäftsergebnis

Raiffeisen ist als Genossenschaft organisiert, national tätig und lokal verankert. Die Bankengruppe setzt auf die traditionellen genossenschaftlichen Werte nach dem Motto: «Gemeinsam können wir mehr erreichen.» In diesem Sinne verfolgt Raiffeisen zwar eine gewinn- und effizienzorientierte, jedoch nicht eine auf kurzfristige Gewinnmaximierung ausgerichtete Geschäftspolitik.

Unternehmensporträt

Einzigartiges Genossenschaftsmodell

Wer einen Anteilschein besitzt, wird zur Genossenschafterin oder zum Genossenschafter der Bank, entscheidet über deren Weiterentwicklung mit und profitiert von ihrem Erfolg. Jede Raiffeisenbank ist rechtlich eine eigenständige Genossenschaft. Die Raiffeisen Gruppe insgesamt bildet eine Gemeinschaft mit einer gegenseitigen Haftung innerhalb der Gruppe.

Die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden stehen für Raiffeisen im Zentrum. Alles, was wir als Bankengruppe tun, richten wir konsequent danach aus: Beratung und Finanzierung rund um Wohneigentum, Lösungen für Vorsorgen und Anlegen, für den Zahlungsverkehr sowie Beratung und Dienstleistungen für Unternehmen von der Gründung bis zur Nachfolgeregelung. Über 40 Prozent der Schweizer Bevölkerung und ein Drittel der Schweizer Unternehmen setzen auf die bedürfnisorientierten Angebote und die Beratungskompetenz der Raiffeisenbanken.

Raiffeisen will sich von einer Produkt- zu einer Lösungsanbieterin entwickeln und ihre Geschäftsfelder privates Wohneigentum, Firmenkunden sowie Vorsorgen und Anlegen ausbauen. Ihre strategische Ausrichtung hat Raiffeisen in der Gruppenstrategie «Raiffeisen 2025» für die Jahre 2021 bis 2025 festgehalten. Die Strategie definiert die Vision, die strategischen Stossrichtungen und Initiativen der Raiffeisen Gruppe und zeigt auf, wie sich Raiffeisen im Bankenmarkt Schweiz präsentieren will und wie dieser Weg gemeinsam mit allen Raiffeisenbanken beschritten werden kann. ■

Mehr zu den strategischen Stossrichtungen und den Zielen unter **report.raiffeisen.ch/strategie**

Mehr als **2** Mio.

Genossenschafterinnen und **Genossenschafter**

14,4 Mio.

Anteilscheine

Jedes Mitglied hat eine Stimme

Wer einen Anteilschein einer Raiffeisenbank zeichnet, kann als Genossenschafterin oder Genossenschafter aktiv über die Entwicklung der Raiffeisenbank mitbestimmen. Raiffeisen handelt entlang ihrer genossenschaftlichen Werte und pflegt eine offene und faire Geschäftspolitik.

Dank der Möglichkeit der Mehrfachzeichnung besitzen Genossenschafterinnen und Genossenschafter mehr als 14 Millionen Anteilscheine an den Raiffeisenbanken. Anders als bei Aktiengesellschaften hat jedes Mitglied nur eine Stimme, unabhängig von der Anzahl Anteilscheine. ■

93%

des **Jahresgewinns** wurden 2022 als Gewinnreserve **thesauriert**

141 Mio. CHF

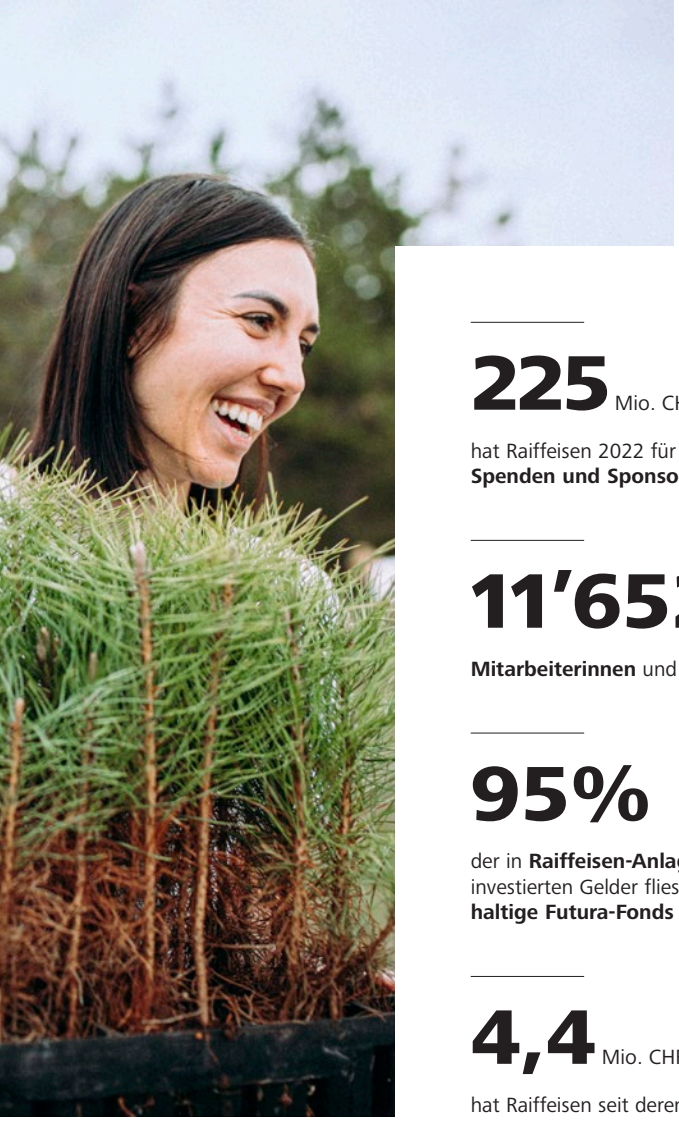
wurden 2022 in Form von **Mitgliedervorteilen** weitergegeben

Am Erfolg teilhaben

Die mehr als 14 Millionen Anteilscheine werden verzinst und die Genossenschafterinnen und Genossenschafter können von Mitgliedervorteilen profitieren – 2022 in der Höhe von mehr als 140 Millionen Franken.

Der Jahresgewinn fliesst zur Stärkung der Kapitalbasis mehrheitlich in die Reserven der Raiffeisen Gruppe. Im Sinne des genossenschaftlichen Gedankens verfolgt Raiffeisen zwar eine gewinn- und effizienzorientierte, jedoch nicht eine auf kurzfristige Gewinnmaximierung ausgerichtete Geschäftspolitik.

Die Raiffeisen Gruppe hat in ihren Statuten ein ausgewogenes und auf gegenseitiger Haftung beruhendes Sicherheitsnetz verankert. Zusammen mit dem Solidaritätsfonds als Reserve zur Abdeckung von Risiken ist sie in der Lage, Schadensfälle und Verluste, die über die Kraft der einzelnen Raiffeisenbanken hinausgehen würden, zu decken. Das hohe Eigenkapital und die gegenseitige Haftung machen Raiffeisen für die Kundinnen und Kunden zu einer sehr sicheren Bank. ■



225 Mio. CHF

hat Raiffeisen 2022 für **Steuern, Spenden und Sponsoring** bezahlt

11’652

Mitarbeiterinnen und **Mitarbeiter**

95%

der in **Raiffeisen-Anlagelösungen** investierten Gelder fliessen in **nachhaltige Futura-Fonds**

4,4 Mio. CHF

hat Raiffeisen seit deren Gründung an die **Klimastiftung Schweiz** gespendet

Gesellschaftlich engagiert

Die Raiffeisenbanken sind Teil regionaler Gemeinschaften. Sie bezahlen ihre Steuern vor Ort, unterstützen lokale Vereine, soziale Einrichtungen, Kultur- und Sportanlässe und ermöglichen Crowdfunding für alle. 2022 hat Raiffeisen mehr als 200 Millionen Franken in Form von Spenden, Steuern und Sponsoring an Gemeinden und Vereine vergeben, beziehungsweise entrichtet. Über ihre Crowdfunding-Plattform hat Raiffeisen Anfang 2022 eine Spendensammlung für die Ukraine lanciert und gemeinsam mit rund 8’000 Unterstützerinnen und Unterstützern insgesamt 3,4 Millionen Franken gesammelt und dem Schweizerischen Roten Kreuz übergeben können.

Die Bankengruppe ist eine wichtige Arbeitgeberin in der Schweiz. Sie bietet über 11’000 Mitarbeitenden in 800 Gemeinden sehr gute Anstellungsbedingungen, spannende Aufgaben und moderne Arbeitsplätze.

Raiffeisen wirtschaftet nachhaltig und verantwortungsbewusst. In ihren Entscheiden berücksichtigt sie ökologische, soziale und ökonomische Aspekte. Rund 95 Prozent des Fondsvolumens sind nachhaltig angelegt. Raiffeisen ist Gründungsmitglied der Klimastiftung Schweiz und hat seit deren Gründung 2008 rund 4,4 Millionen Franken in Klimaschutz bei Schweizer KMU investiert. Bis 2050 verfolgt die Raiffeisen Gruppe das Ziel «Netto-Null», im Betrieb soll das Ziel bereits 2030 erreicht werden. ■

220

Raiffeisenbanken

3,64 Mio.

Kundinnen und **Kunden**

803

Standorte

Unabhängig und in der Nähe

Jede Raiffeisenbank ist ein juristisch und organisatorisch selbstständiges Unternehmen mit selbstgewählten Bankorganen. Trägerinnen und Träger der jeweiligen Bank sind die Mitglieder beziehungsweise die Genossenschafterinnen und Genossenschafter. Jede Raiffeisenbank ist in ihrem geografisch definierten Geschäftskreis tätig. Das Geld bleibt in der Region und damit der lokalen Wirtschaft erhalten.

Die Raiffeisen Gruppe ist in der Schweiz lokal und regional stark verankert und geniesst hohes Vertrauen. Für viele Kundinnen und Kunden ist Raiffeisen die Hauptbank, die Mitarbeitenden kennen sie oft persönlich.

Dank den mehr als 800 Geschäftsstellen erreichen über 90 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz eine Raiffeisenbank innerhalb von zehn Fahrminuten, rund 80 Prozent sogar in fünf Minuten. ■

Mehr zur Raiffeisen Gruppe unter
report.raiffeisen.ch/portraet

Im Gespräch

«Wir haben als Genossenschaftsbank eine besondere Verpflichtung, nachhaltig zu wirtschaften.»

Thomas A. Müller, Präsident des Verwaltungsrats von Raiffeisen Schweiz, und Heinz Huber, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Raiffeisen Schweiz, blicken gemeinsam auf das vergangene Jahr zurück und in die Zukunft.

Raiffeisen hat 2022 erneut ein sehr gutes Ergebnis erzielt. Auf was sind Sie besonders stolz?

Heinz Huber: Auf das Teamwork von Raiffeisen als Gruppe. Das hervorragende Jahresergebnis ist dem grossen Einsatz und der guten Zusammenarbeit aller Mitarbeitenden der Genossenschaftsbanken und Raiffeisen Schweiz zu verdanken.

Stolz macht mich auch die positive Entwicklung unseres Vorsorge- und Anlagegeschäfts. Wir sind in diesem Geschäftsfeld weiter auf Wachstumskurs. Ich kann heute sagen, dass wir im Bereich Vorsorgen und Anlegen für unsere Kundinnen und Kunden optimal aufgestellt sind.

Thomas A. Müller: Das Zinsdifferenzgeschäft ist ein umkämpfter Markt. Mit der Gruppenstrategie «Raiffeisen 2025» verfolgen wir deshalb das Ziel, uns weiter zu diversifizieren. Es ist erfreulich, dass uns das so gut gelingt.

Mich persönlich freut auch die Weiterentwicklung unserer Genossenschaft. Die Reformen der letzten Jahre für eine bessere Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe greifen. Der Austausch der Eignergremien mit Raiffeisen Schweiz funktioniert sehr gut. Wir nutzen das Know-how und die Schlagkraft der ganzen Gruppe heute besser. So heben wir uns von Mitbewerbern ab. Die Anzahl Genossenschafterinnen und Genossenschafter hat weiter zugenommen. Seit Dezember 2022 zählen wir zwei Millionen Mitglieder. Das bedeutet für mich: Kundinnen und Kunden sehen den Mehrwert des Genossenschaftsmodells und haben Vertrauen in Raiffeisen.

«Die Reformen der letzten Jahre für eine bessere Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe greifen.»

Thomas A. Müller
Präsident des Verwaltungsrats
Raiffeisen Schweiz

Raiffeisen hat das Vorsorge- und Anlagegeschäft stark ausgebaut. Inwiefern ist das Geschäftsfeld heute nachhaltiger?

Heinz Huber: Raiffeisen hat bereits vor über 20 Jahren unter dem Label «Futura» die ersten nachhaltigen Fonds lanciert und das Angebot an nachhaltigen Vorsorge- und Anlagelösungen seither kontinuierlich weiterentwickelt. Damit haben wir auf dem Schweizer Finanzplatz eine Vorreiterrolle übernommen. Mit der Strategie «Raiffeisen 2025» wollen wir noch nachhaltiger werden.

Heute sind die Futura-Lösungen das Rückgrat unserer Produkt- und Angebotspalette. Rund 95 Prozent des Volumens der Raiffeisen-Fonds sind nachhaltig angelegt. Und wir machen weiter: Nach unserer Fondspalette richten wir auch unsere Vermögensverwaltungsmandate konsequent auf Nachhaltigkeit aus. Bereits Ende 2021 lancierte Raiffeisen als erste Retailbank in der Schweiz einen verantwortungsvollen Gold-ETF. Mit «Futura Impact» bieten wir seit Ende 2022 – ebenfalls als erste nationale Retailbank – ein

«Raiffeisen ist heute auch eine Anlagebank.»

Heinz Huber
Vorsitzender der Geschäftsleitung Raiffeisen Schweiz

Vermögensverwaltungsmandat an, das neben finanziellen Zielen eine positive und messbare ökologische und soziale Wirkung erzielen soll. Darüber hinaus setzen wir in Zusammenarbeit mit der Schweizer Stiftung Ethos auf einen aktiven Investorendialog mit ausgewählten Unternehmen, um einen positiven Wandel hinsichtlich Umwelt-, Sozial- und Governance-Praktiken zu bewirken. Wir setzen also an mehreren Stellen an.

Thomas A. Müller: Wir befinden uns im Wandel hin zu einer verantwortungsvollen Wirtschaft. Diesen Weg wollen wir als Bankengruppe aktiv mitgestalten. Deshalb haben wir das Thema in unserer Strategie auch fest verankert. Wir wollen die langfristigen Folgen unseres Handelns berücksichtigen und unsere Entscheidungen darauf abstellen – sei es geschäftlich, ökologisch oder in sozialen Bereichen.

Passt das Anlagegeschäft überhaupt zu einer Retailbank?

Heinz Huber: Auf jeden Fall – Raiffeisen ist heute auch eine Anlagebank. Unser Ziel ist es, einem breiten Publikum einen nachhaltigen Vermögensaufbau und eine professionelle Verwaltung ihres Vermögens zu ermöglichen. Das haben wir in unserer Strategie so festgeschrieben. Wir setzen auf einfache, verständliche Lösungen und kompetente Beratung. Die Eintrittsschwelle haben wir bei der digitalen Vermögensverwaltung Rio mit 5'000 Franken und den Vermögensverwaltungsmandaten mit 50'000 Franken bewusst tief angesetzt. Der Erfolg gibt uns recht: Im vergangenen Jahr haben Kundinnen und Kunden bei Raiffeisen mehr als 40'000 neue Depots eröffnet und über 30'000 Vermögensverwaltungsmandate abgeschlossen. Das zeigt das Interesse und vor allem das grosse Vertrauen in die Vorsorge- und Anlagekompetenzen von Raiffeisen.

Sie sprechen von Investitionen in die Nachhaltigkeit. Kann sich Raiffeisen punkto Nachhaltigkeit wirklich differenzieren?

Thomas A. Müller: Bei der Nachhaltigkeit geht es uns nicht darum, wie und ob wir uns differenzieren. Unser Anspruch ist es, dass wir den Generationen, die nach uns kommen, zumindest genauso viel Ressourcen hinterlassen, wie wir sie vorgefunden haben. Wir haben als Genossenschaftsbank eine besondere Verpflichtung, nachhaltig zu wirtschaften – das ist tief in unserer DNA verankert. Glaubwürdigkeit, Unternehmertum, Nähe und Nachhaltigkeit sind uns wichtig. Diese Werte prägen unsere Strategie und unser Arbeiten. Das heisst, Raiffeisen ist per Definition nachhaltig.

«Glaubwürdigkeit, Unternehmertum, Nähe und Nachhaltigkeit sind uns wichtig.»

Thomas A. Müller
Präsident des Verwaltungsrats Raiffeisen Schweiz

«Ich bin überzeugt, dass persönliche Beratungsleistungen wichtig bleiben.»

Thomas A. Müller
Präsident des Verwaltungsrats Raiffeisen Schweiz

Heinz Huber: Wir wollen auch in Zukunft in verantwortungsvolles Banking investieren und Mehrwert stiften. Das tun wir in der ganzen Schweiz mit unseren Genossenschaftsbanken, schweizweit mit unserer Klimastrategie – «Netto-Null» bis 2050 beziehungsweise im Betrieb schon per 2030 –, indem wir Nachhaltigkeit in unseren Dienstleistungen und Lösungen fördern und in die Ausbildung investieren. 2022 hat Raiffeisen 17,9 Millionen Franken in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden investiert.

Die Kundennähe ist ein herausragendes Merkmal von Raiffeisen. Wie stellt die Gruppe diesen Vorteil auch in Zukunft sicher?

Heinz Huber: Unsere Kundennähe bezog sich bislang vor allem auf die physische Präsenz in den Regionen. Über 90 Prozent der Schweizer Bevölkerung erreichen einen unserer 803 Standorte innert zehn Fahrminuten. Diese unvergleichliche Nähe wollen wir auch auf dem digitalen Kanal erreichen. Die Voraussetzungen dazu sind sehr gut: Unser E-Banking gehört mit mehr als 1,7 Millionen Nutzerinnen und Nutzern zu den meistgenutzten E-Bankings der Schweiz. Unsere Kundinnen und Kunden sollen wählen können, wie sie mit uns in Kontakt treten beziehungsweise wann sie vom physischen in den digitalen Kanal wechseln oder umgekehrt. Dies adressieren wir explizit mit unserer Strategie «Raiffeisen 2025».

Die Digitalisierung ermöglicht es, im Hintergrund effizienter zu arbeiten. Das wollen wir nutzen, indem wir etwa den Vergabeprozess für einen Kredit oder eine Hypothek optimieren. Die gewonnene Zeit investieren wir zu Gunsten der Beratung unserer Kundinnen und Kunden.

Thomas A. Müller: Raiffeisen setzt auf ein hybrides Geschäftsmodell – persönliche Beratung und digitale Dienstleistungen sollen sich gegenseitig und möglichst nahtlos ergänzen. Die lokale Präsenz und damit die Verankerung vor Ort bleiben bestehen. Wir wollen auch in Zukunft in der Breite präsent sein. Menschen möchten bei wichtigen Entscheidungen im Leben ein persönliches Gegenüber haben. Ich bin überzeugt, dass die persönliche Beratung weiterhin wichtig bleibt.

Welche digitalen Neuerungen plant Raiffeisen in den nächsten Jahren?

Heinz Huber: Die wichtigste Neuerung ist sicherlich die Raiffeisen App. Auf dieser App stellen wir bis 2025 schrittweise alle unsere

digitalen Services zur Verfügung. Das heisst, künftig können über die App neue Produkte abgeschlossen, Bankkarten bestellt und bestehende Produkte wie Hypotheken verwaltet werden. Bereits 2023 wird es möglich sein, digital innerhalb von fünf Minuten Kundin oder Kunde bei Raiffeisen zu werden.

Das Umfeld verändert sich rasant. Muss Raiffeisen deshalb ihre Strategie anpassen?

Thomas A. Müller: Raiffeisen hat die richtigen Prioritäten gesetzt, um aktuellen und zukünftigen Herausforderungen zu begegnen. Das zeigen unsere sehr guten Geschäftsergebnisse, die Anzahl Neukundinnen und Neukunden sowie neue Genossenschafterinnen und Genossenschafter. Wir überprüfen unsere Strategie allerdings regelmässig und justieren sie bei Bedarf. Eine gewisse Beweglichkeit ist wichtig und ermöglicht uns, Opportunitäten frühzeitig zu erkennen und zu nutzen. Unsere Stärke ist das Bankgeschäft, unser Fokus liegt auf Bank- und banknahen Dienstleistungen. Danach richten wir uns aus.

Raiffeisen steht für verantwortungsvolles Banking. Wie wird sich die Genossenschaftsbank weiterentwickeln?

Thomas A. Müller: Raiffeisen setzt als Genossenschaftsbank auf Stabilität und Sicherheit. Unsere Strategie ist langfristig ausgerichtet und orientiert sich nicht allein am Marktumfeld, sondern hauptsächlich an den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden. Wir wollen nah bei unseren Kundinnen und Kunden sein – physisch wie digital – und mit unseren Lösungen begeistern. Neben dem Wandel zu einer Lösungsanbieterin steht Raiffeisen weiterhin für Nachhaltigkeit und Stabilität. Wir sind zwar gewinnorientiert, achten aber auch darauf, dass wir uns für die Gesellschaft und für unsere über zwei Millionen Genossenschafterinnen und Genossenschafter engagieren.

Heinz Huber: Wir schätzen das uns entgegengebrachte Vertrauen sehr. Und ich versichere Ihnen: Wir nehmen die Verantwortung als Bank, insbesondere als Genossenschaftsbank, und auch als Arbeitgeberin sehr ernst. ■

Mehr zur Strategie unter
report.raiffeisen.ch/strategie

Geschäftsergebnis 2022 und strategische Zielgrössen

Sehr gutes Jahresergebnis

Raiffeisen hat ihre operative Stärke erneut unter Beweis gestellt und 2022 ein sehr gutes Resultat erzielt. Die Nähe zu ihren Kundinnen und Kunden macht die genossenschaftliche Bankengruppe erfolgreich, die steigenden Mitgliederzahlen unterstreichen das Vertrauen in die Genossenschaft.

1,18 Mrd. CHF
Gruppengewinn

204 Mrd. CHF
Hypothekarvolumen

591 Mio. CHF
Erfolg aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft

205 Mrd. CHF
Kundeneinlagen S

2,5 Mrd. CHF
Nettoerfolg aus dem Zinsengeschäft

3,64 Mio.
Kundinnen und Kunden S

24%
Anteil des indifferenten Geschäftes S

35,1%
Hauptbankbeziehungen[1] S

55,9%
Cost-Income-Ratio S

23. Rang
im **Arbeitgeberranking** von universumglobal.com S

Mehr als **2** Mio.
Genossenschafterinnen und Genossenschafter S

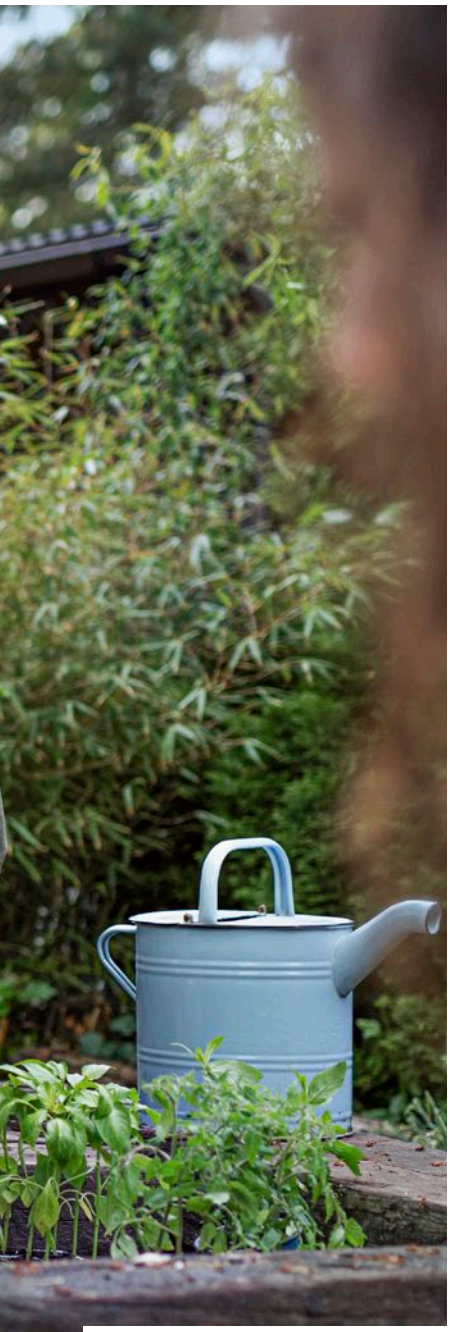
141 Mio. CHF
in Form von **Mitgliedervorteilen weitergegeben**

S strategische Zielgrösse

1 Anteil der Privatkundinnen und -kunden, die einen Hauptteil ihrer Bankgeschäfte bei Raiffeisen tätigen (berechnet auf der Basis der Produktenutzung).

Nachhaltiges Vorsorgen und Anlegen

Durch die systematische Berücksichtigung von ökologischen und gesellschaftlichen Faktoren bei unseren Vorsorge- und Anlagelösungen beeinflussen wir Risiken und nutzen Chancen. Damit schaffen wir Mehrwert für unsere Kundinnen und Kunden: nachvollziehbar und gewinnbringend.



95%

der in **Raiffeisen-Anlagelösungen** investierten Gelder fliessen in **nachhaltige Futura-Fonds**

Vermögensstrategien

Nachhaltige Anlagen sind der neue Standard

Immer mehr Kundinnen und Kunden möchten ihre Anlagen zukunftsorientiert und verantwortungsbewusst nach ihren persönlichen Werten ausrichten. Für sie erarbeitet Raiffeisen nachhaltige Vermögensstrategien – und das bereits seit über 20 Jahren.

Investieren statt spekulieren. Langfristig anzulegen, statt auf den schnellen Profit zu hoffen, schont nicht nur die Nerven, sondern ist auch erfolgreicher. Eine langfristige Perspektive einzunehmen, wird für viele Menschen immer wichtiger, wenn es um Vorsorge- und Anlagelösungen geht. Sei es, weil sie in Unternehmen investieren wollen, deren Geschäfte der Umwelt möglichst nicht schaden und die fair wirtschaften, oder weil sie mit ihren Investitionen persönlich den ökologischen oder sozialen Wandel unterstützen wollen. «Wir sind überzeugt, dass wir durch die systematische Berücksichtigung von Nachhaltigkeit in unseren Anlagelösungen deren Wertentwicklung für unsere Kundinnen und Kunden langfristig verbessern», sagt Roland Kläger, Leiter Investment Solutions bei Raiffeisen Schweiz.

Nachhaltige Anlagen passen zur Genossenschaftsbank

Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil des Geschäftsmodells von Raiffeisen als Genossenschaftsbank. «Verantwortungsvolles, zukunftsorientiertes Handeln zahlt sich für Unternehmen und für Investoren aus», ist Roland Kläger überzeugt. Vor diesem Hintergrund fördert Raiffeisen konsequent zukunftsfähiges, nachhaltiges Anlegen und baut dafür auf über 20 Jahre Erfahrung mit nachhaltigen Anlagefonds unter dem Label «Futura». «Die traditionelle Finanzanalyse mit ihren Kriterien wie Rentabilität, Liquidität und Sicherheit erweitern wir um die Aspekte Umwelt und Gesellschaft», sagt Roland Kläger. «Und wir wenden Ausschlusskriterien an: So schliessen wir beispielsweise Aktien und Obligationen von Unternehmen mit kontroversen Geschäftsfeldern wie Rüstung, Tabak oder Glücksspiel aus unseren nachhaltigen Anlageuniversen aus.» Auch Staatsanleihen von Ländern mit schwachen Bürgerrechten oder verbreiteter Korruption kommen nicht infrage.

«Verantwortungsvolles Handeln zahlt sich für Unternehmen und für Investoren aus.»

Roland Kläger
Leiter Investment Solutions
Raiffeisen Schweiz

Wenn die Anlage über die finanzielle Rendite hinaus noch positiv zu einer nachhaltigen Entwicklung beiträgt: umso besser. Das Vorurteil, dass ein gutes Gewissen Rendite koste, wurde dabei durch eine Vielzahl von Studien entkräftet. Denn tatsächlich bieten Aktien von nachhaltig orientierten Unternehmen ein attraktives Verhältnis von Rendite und Risiko. ■

Experteninterview

Nachhaltig anlegen heisst weitsichtig anlegen

«Es hat sich gezeigt, dass sich mit Nachhaltigkeit Anlagerisiken senken lassen.»

Erol Bilecen
Leiter Kompetenzzentrum Nachhaltigkeit
Vorsorgen und Anlegen Raiffeisen Schweiz

Warum ist Nachhaltigkeit beim Vorsorgen und Anlegen für Raiffeisen wichtig?
Erol Bilecen: Wenn Kundinnen und Kunden uns ihr Vermögen anvertrauen, erwarten sie, dass wir uns bestmöglich darum kümmern. Die Rendite ist dabei eine wichtige Kennzahl, aber nicht der alleinige Massstab. Denn was nützt es, nach 30 Jahren Vorsorge mehr Geld zu haben – das aber auf Kosten von Umwelt und Gesellschaft? Gerade als Genossenschaft sehen wir uns hier in einer besonderen Verantwortung auch für kommende Generationen.

Wie stellt Raiffeisen sicher, dass die Anlagen tatsächlich nachhaltig sind?
Dafür haben wir drei Massnahmen. Erstens: durch die Auswahl ausgezeichneter Partner, mit denen wir Hand in Hand zusammenarbeiten, aber auch eine klare Aufgabentrennung besteht. So schliessen wir von vornherein mögliche Interessenkonflikte aus. Zweitens: die konsequente Umsetzung unseres Futura-Regelwerks mit dazugehörigen Kontrollprozessen. Drittens: mit Transparenz durch unser neu eingeführtes, individuelles Nachhaltigkeitsreporting für unsere Kundinnen und Kunden.

i

Gesamtsiegerin des BILANZ-Private-Banking-Ratings 2022

Wie gut sind die Dienstleistungen rund ums Anlegen der Schweizer Banken? Das überprüfte das renommierte Wirtschaftsmagazin BILANZ auch im Jahr 2022. Bei dem Test wurden im Namen eines echten Kunden über 90 Banken angeschrieben. Gesucht: eine umfassende Finanzierungs- und Anlagelösung. Raiffeisen analysierte die Vermögenswerte sowie die Gesamtsituation der Kundin oder des Kunden und erarbeitete einen ganzheitlichen Lösungsvorschlag. Und der überzeugte: Die Jury zeichnete Raiffeisen als Gesamtsiegerin im Private-Banking-Rating 2022 und als beste Anlagebank «national» aus.

Mehr dazu auf
raiffeisen.ch/anlagebank

Bringt nachhaltiges Anlegen Mehrwert?
Ja. Der Mehrwert hängt aber wesentlich vom gewählten Ansatz ab, denn nachhaltiges Anlegen ist nicht gleich nachhaltiges Anlegen. Für denjenigen, der seine Werte in seinem Depot gespiegelt sehen möchte, bedeutet es ein ruhiges Gewissen. Andere wollen mit Impact-Investments über die Rendite hinaus auch etwas Positives für Umwelt oder Gesellschaft bewirken. Und dann ist da noch der mögliche finanzielle Mehrwert.

Verzichtet man mit nachhaltigen Anlagen auf Rendite?
Wenn man als Anlegerin oder Anleger den Megatrend Nachhaltigkeit verpasst, wahrscheinlich schon. Wichtiger als die Frage nach der Rendite scheint mir die Frage nach dem Risiko. Und hier hat sich in der Vergangenheit gezeigt, dass sich mit Nachhaltigkeit Anlagerisiken senken lassen. Nachhaltig anlegen bedeutet ja, dass man zusätzlich zu finanziellen auch ökologische, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigt – also weitsichtig anlegt. Gerade im Hinblick auf künftige Herausforderungen gehe ich davon aus, dass diese Perspektive schon in naher Zukunft noch wichtiger wird. ■

Nachhaltige Anlagelösungen

Über 20 Jahre Erfahrung

Woran ist eine nachhaltige Anlage von Raiffeisen erkennbar?
Ganz einfach: sie trägt den Namenszusatz «Futura» und ist mit dem Futura-Label gekennzeichnet.

2001

Lancierung der **ersten** vier **nachhaltigen Raiffeisen-Futura-Fonds**

2009

Futura-Fonds: **Aktive Ausübung der Stimmrechte** im Interesse der Anlegerinnen und Anleger bei Schweizer Unternehmen

2014

Lancierung des auf nachhaltige Immobilien spezialisierten **Futura-Immo-Fonds**

2016

Der **Anteil der Futura-Fonds** am gesamten Raiffeisen-Fondsvolumen steigt auf über **50 Prozent**

2018

Lancierung des **Vermögens-verwaltungsmandats Futura**

2019

- **Alle Vorsorgefonds** von Raiffeisen werden **nachhaltig**
- Der Anteil der Futura-Fonds am gesamten Raiffeisen-Fonds-volumen steigt auf **über zwei Drittel**

2020

Futura-Fonds: Aktive Ausübung der **Stimmrechte** zusätzlich bei **internationalen** Unternehmen

2021

- Sämtliche **Raiffeisen-Anlage-fonds** werden auf **Futura** ausgerichtet
- Verantwortungsbewusste Goldbeschaffung: Lancierung des Raiffeisen **ETF Solid Gold Responsibly Sourced & Traceable**
- Der Anteil der **Fonds mit Futura-Label** am gesamten Raiffeisen-Fondsvolumen liegt bei rund **95 Prozent**

2022

- Die bereits **bestehenden Vermögens-verwaltungsmandate** berücksichtigen neu zusätzlich **ökologische, soziale sowie Governance-Kriterien** (ESG)
- Lancierung des Raiffeisen-**Vermögens-verwaltungsmandats Futura Impact**
- Ein **Nachhaltigkeitsreporting** wird als Teil des Vermögensverzeichnisses eingeführt
- Kooperation mit der **Stiftung Ethos** für den **Investorendialog**

Kundenporträt

Was wir täglich tun, zählt

Sie ist mit dem Zug unterwegs, isst selten Fleisch und hat stets einen Stoffbeutel dabei: Raiffeisen-Kundin Aline Köfer bemüht sich um einen ressourcenschonenden, klimafreundlichen Lebensstil. Nachhaltigkeit hört für sie bei den Finanzen nicht auf: Auch bei ihrer Vorsorgeplanung spielen ihre persönlichen Werte eine Rolle.

Nachhaltige Säule 3a

Wer für die Säule 3a einen Raiffeisen-Vorsorgefonds mit Futura-Label wählt, investiert sein Geld in Unternehmen und Staaten, die definierte Nachhaltigkeitskriterien erfüllen und bei ihrem Handeln ökologische, ethische und soziale Aspekte berücksichtigen. Die Anlage erwirtschaftet über die rein finanzielle Rendite hinaus einen messbaren positiven Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung: ein gutes Gefühl.

«Im Alleingang lässt sich nicht die ganze Welt retten. Aber wenn wir alle im Alltag etwas nachhaltiger leben, können wir viel erreichen.»

Aline Köfer
Diplomierte Pflegefachfrau

Einmal getragene Jeans in den Wäschekorb werfen? Importfleisch aus Massentierhaltung kaufen? Kurz mal von Zürich nach Paris fliegen? All das kommt für Aline Köfer nicht in Frage. «Ich versuche, meinen ökologischen Fussabdruck möglichst klein zu halten», sagt die 35-Jährige. Sie wohnt gemeinsam mit ihrer Schwester im Zürcher Kreis 3. Nachhaltigkeit ist beiden wichtig. «Das haben wir von Kindesbeinen an mitbekommen», sagt Aline Köfer. So ist es für die Zweier-WG selbstverständlich, moderat zu heizen, Strom zu sparen, bewusst zu konsumieren und Plastik zu vermeiden.

Engagement im Beruf – und bewusster Freizeitgenuss

Als diplomierte Pflegefachfrau hat sich Aline Köfer kontinuierlich weitergebildet. Sie setzt sich in der Fachentwicklung dafür ein, dass der Pflegeberuf mehr gesellschaftliche Anerkennung bekommt. In ihrer Freizeit treibt sie gerne Sport in der Natur: am liebsten am Bodensee, wo sie aufgewachsen ist. «Mit dem öV bin ich im Handumdrehen in meiner alten Heimat», sagt sie. Drum ist ihr Stand-up-Paddle-Board auch dort in einem Minergie-P-Haus mit Solaranlage deponiert. Das Haus hat sie bereits vor zehn Jahren gemeinsam mit ihrer Mutter gekauft, die permanent dort lebt. Gern kurvt Aline Köfer auch mal gemütlich mit dem Velo und einem Picknickkorb um den See. Was kommt in den hinein? «Äpfel aus dem Thurgau, reife Zwetschgen, auf jeden Fall: Regionales und Saisonales.»

Mit nachhaltigen Anlagen Positives bewirken

Ob sie eine typische Vertreterin ihrer Generation ist? «In meinem Freundeskreis sprechen wir über Naturschutz und Klimawandel – und setzen uns für einen nachhaltigen Lebensstil ein», sagt Aline Köfer. «Wir sind uns bewusst, dass wir den nächsten Generationen einen respektvollen Umgang mit unserer Erde schulden.» Gerade Frauen sollten sich aber nicht nur um die Zukunft des Planeten sorgen, sondern auch um die eigene. Und die Vorsorgeplanung in die Hand nehmen. «Dass man dabei auch nachhaltig handeln kann, war für mich ein neuer Gedanke», erzählt sie. Ihr langjähriger Kundenberater der Raiffeisenbank Regio Altnau machte sie auf nachhaltige Anlageprodukte für die Säule 3a aufmerksam. «Diese streben eine finanzielle Rendite verbunden mit mehr Rücksicht auf Umwelt und Gesellschaft an. Das finde ich gut. Und ich schätze sehr, dass man schon mit einer relativ kleinen Summe einsteigen kann – und kein Topmanager sein muss!» ■

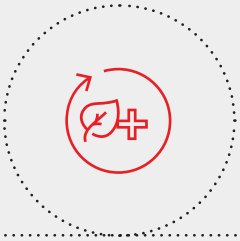
Active-Ownership-Ansatz

So entfalten nachhaltige Investitionen Wirkung

Aktives Aktionärswesen beinhaltet den aktiven Dialog mit Unternehmen und die bewusste Ausübung der mit den Anlagen verbundenen Stimmrechte. Es bedeutet auch, dass sich Raiffeisen auf verschiedenen Ebenen für Verbesserungen bei ökologischen und sozialen Themen einsetzt. Jeden Tag.

Bei welchen Unternehmen engagieren wir uns?
Wir identifizieren internationale Unternehmen und solche aus der Schweiz und fokussieren uns auf diejenigen, die in unseren indexnahen Anlagefonds vertreten sind. Damit beziehen wir explizit Unternehmen ein, die bezüglich Nachhaltigkeit noch nicht zu den Besten gehören, also das grösste Verbesserungspotenzial besitzen.

Mit welchen Themen wollen wir Wirkung erzielen?
Aktuell fokussieren wir uns auf drei Themen: Klimawandel (z.B. erneuerbare Energie), Arbeits- und Menschenrechte (z.B. keine Kinderarbeit) und digitale Verantwortung (z.B. Datensicherheit, Umgang mit Kundendaten).



Wie messen wir die Fortschritte?
Wir legen pro Thema und Unternehmen Schlüsselkennzahlen (Key Performance Indicators, KPIs) fest und machen so die angestrebte Wirkung (Impact) mess- und sichtbar.

Ethos

Partner für den aktiven Dialog und die Ausübung der Stimmrechte in der Schweiz

Ethos, Schweizerische Stiftung für nachhaltige Entwicklung, ist in der Schweiz der führende Anbieter von Beratungsdienstleistungen rund um die Themen Ausübung von Stimmrechten und aktiver Dialog mit Unternehmen. Für Raiffeisen führt Ethos weltweit den aktiven Dialog mit ausgewählten Unternehmen. Bei den aktiv verwalteten Raiffeisen-Futura-Fonds nimmt Ethos im Auftrag der Fondsleitung die Ausübung der Stimmrechte bei Schweizer Unternehmen wahr.

Wie bewirken wir Veränderung?
Wir pflegen den aktiven Dialog mit den Unternehmen und nehmen an den Generalversammlungen unsere Stimmrechte wahr. Dabei fokussieren wir uns auf Unternehmen mit Verbesserungspotenzial bezüglich Nachhaltigkeit. Raiffeisen zählt bei diesem Prozess auf zwei Partner: Ethos und ISS.

Gastkommentar

Aktionärinnen und Aktionäre nehmen Einfluss

Vincent Kaufmann
Direktor Ethos, Schweizerische Stiftung
für nachhaltige Entwicklung

Wer Unternehmen dazu bewegen möchte, die besten Praktiken in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance (ESG) einzuführen, sollte alle zur Verfügung stehenden Instrumente des Aktionärsrechts nutzen. Die Stiftung Ethos setzt sich erfolgreich im Namen ihrer Mitglieder für nachhaltiges Handeln und gute Unternehmensführung ein.

Wer mit Aktien in Unternehmen investiert, kann deren Entscheidungen und Handlungen in einem gewissen Mass beeinflussen. Grössere Aktionärinnen und Aktionäre können dazu in Führungsgremien oder sogar im Verwaltungsrat einsitzen. Kleinere wiederum können sich zusammenschliessen, um den Dialog aufzunehmen mit den Unternehmen, deren Miteigentümer sie sind. Hierbei ist es wichtig, gemeinsame Werte zu definieren.

Abstimmen und Themen traktandieren

Seit der Gründung vor 25 Jahren fördert die Stiftung Ethos die Berücksichtigung der nachhaltigen Entwicklung und der guten Unternehmensführung bei Unternehmen. Ein solcher Ansatz passt besonders gut zu den Interessen vieler institutioneller Anleger, seien es Pensionskassen oder Genossenschaftsbanken wie Raiffeisen, die Vermögen langfristig verwalten.

Im Laufe der Jahre hat Ethos einen konstruktiven Dialog mit allen börsenkotierten Unternehmen in der Schweiz aufgebaut. Damit dieser Dialog effektiv ist, ist es allerdings wichtig, dass er von anderen Massnahmen begleitet wird. Dazu gehört insbesondere die Ausübung der Stimmrechte an den Generalversammlungen (GV). Mit der Ablehnung der Wiederwahl eines Verwaltungsratsmitglieds, einem Nein zu der Vergütung oder einer zu wenig ehrgeizigen Klimastrategie steht den Aktionärinnen und Aktionären ein wichtiges Druckmittel zur Verfügung.

> **«Ein aktives Aktionariat kann Unternehmen zum Umdenken bewegen: hin zu mehr Nachhaltigkeit.»**
>
> **Vincent Kaufmann**
> Direktor Ethos, Schweizerische Stiftung
> für nachhaltige Entwicklung

Aktionärinnen und Aktionäre können auch Einfluss nehmen, indem sie ein Traktandum auf die Tagesordnung einer GV setzen lassen. Die Stiftung Ethos hat dies mehrfach getan, um die Corporate Governance zu stärken. So beantragte sie Abstimmungen über Vergütungen oder darüber, ob die Funktionen von Präsident und CEO getrennt werden sollten. In den letzten Jahren ging es häufig um die Einführung glaubwürdiger und ehrgeiziger Klimastrategien. Selbst in Fällen, bei denen Ethos-Anträge nicht die Mehrheit der Stimmen erzielten, trafen sie oft auf eine breite Unterstützung und konnten etwas bewegen: Unternehmen zeigten sich zu Zugeständnissen bereit.

Was tun, wenn der Dialog mit den Unternehmen und die genannten Instrumente nicht ausreichen, um Verbesserungen in Bezug auf nachhaltige Praktiken zu erzielen? Schlussendlich sollten die Aktionärinnen und Aktionäre eine Veräusserung der Aktien in Betracht ziehen – denn die Glaubwürdigkeit ihrer verantwortungsvollen Anlagestrategie steht auf dem Spiel. ■

Wie können Sie mehr erfahren?
Einmal jährlich berichten wir über unsere Aktivitäten, bewerten die erzielten Fortschritte und machen Vorschläge für die Schwerpunkte unseres Engagements für die nächste Periode.

Engagement Report:
raiffeisen.ch/investorendialog

ISS

Partnerin für die Ausübung der Stimmrechte international

Die Institutional Shareholder Services Group of Companies ist die weltweit führende Anbieterin von Lösungen für Corporate Governance und verantwortungsbewusste Investitionen. ISS unterstützt die Fondsleitungen der Raiffeisen-Fonds bei der Ausübung der mit Aktien verbundenen Stimmrechte.

Genossenschaft

Raiffeisen baut auf die genossenschaftlichen Werte. Mit Erfolg: Die Zahl der Genossenschaftsmitglieder ist auf über zwei Millionen gestiegen. Stark zugenommen hat insbesondere die Anzahl Mitglieder in der Altersgruppe der 18 bis 39-Jährigen. Unser Geschäftsmodell haben wir durch die Verselbstständigung von Niederlassungen gestärkt. Für seine Weiterentwicklung setzen wir auf die Innovationskraft unserer mehr als 11’000 Mitarbeitenden.

Standorte in urbanen Zentren

Genossenschaften kommen auch in der Stadt gut an

Die Schweiz ist ein Land der Genossenschaften – und das nicht nur in ländlichen Regionen. Das zeigen die Verselbstständigungen der sechs Niederlassungen von Raiffeisen Schweiz: Alle Standorte befinden sich in urbanen Zentren. Das benötigte Eigenkapital konnte sich jede dieser Raiffeisenbanken vor Ablauf der Zeichnungsfrist beschaffen.

Raiffeisen ist regional stark verwurzelt. Die Anzahl Genossenschaftsmitglieder hat sich in den letzten 20 Jahren verdoppelt. Aber wie sieht es in den 2020er-Jahren in urbanen Zentren aus? Würden Leute Anteilscheine einer selbstständigen Raiffeisenbank in Zürich kaufen? Diese Frage wurde durch die Erfahrungen bei der Umwandlung der sechs Niederlassungen von Raiffeisen Schweiz in eigenständige Genossenschaften klar beantwortet: Die neuen Raiffeisenbanken Basel, Bern, St.Gallen, Thalwil, Winterthur und Zürich konnten ihre Kapitalisierung fristgerecht sicherstellen. «Genossenschaftliche Werte sind auch in urbanen Zentren gefragt», sagt Roger Reist, Mitglied der Geschäftsleitung von Raiffeisen Schweiz und verantwortlich für die Verselbstständigung der Niederlassungen. «Die Genossenschaftsanteile waren für alle neuen Raiffeisenbanken sehr begehrt – die Mindestanzahl Anteilscheine der Raiffeisenbank Zürich war innert Stunden gezeichnet.»

Erfolgreiches Modell

«Das Genossenschaftsmodell stammt aus dem 19. Jahrhundert und prägt unsere Gruppe seit 123 Jahren», stellt Roger Reist fest. Heute ist Raiffeisen die drittgrösste Bankengruppe der Schweiz, 2014 wurde sie von der Schweizerischen Nationalbank für systemrelevant erklärt. Angetrieben durch Globalisierungs- und Digitalisierungsprozesse hat sich Raiffeisen jedoch konsequent an Kundenbedürfnissen orientiert und neue, erfolgreiche Geschäftsmodelle entwickelt. Gemäss Roger Reist überzeugt die zeitgemässe Struktur von Raiffeisen die Kundinnen und Kunden: «Entgegen dem europaweiten Trend zur Zentralisierung ist der Kern – das Genossenschaftsmodell – bei Raiffeisen geblieben. Und die Bankengruppe ist damit so erfolgreich wie noch nie.» Aktuell zählt die Gruppe über zwei Millionen Genossenschaftsmitglieder: ein Rekord! ■

47’000

Personen haben einen oder mehrere **Anteilscheine der neuen, urbanen Genossenschaften** gezeichnet

Entwicklung

Das Genossenschaftsmodell trifft den Puls der Zeit

In den letzten 20 Jahren ist die Anzahl Mitglieder gestiegen: Heute zählt Raiffeisen über zwei Millionen Genossenschafterinnen und Genossenschafter. Warum werden Kundinnen und Kunden zu Mitgliedern?

Jede vierte in der Schweiz lebende erwachsene Person ist Raiffeisen-Mitglied – damit besitzen über zwei Millionen Menschen mindestens einen Anteilschein einer Raiffeisenbank, erhalten so das Mitspracherecht an der Generalversammlung und können von vielen Mitgliedervorteilen profitieren.

Gemeinsame Werte verbinden

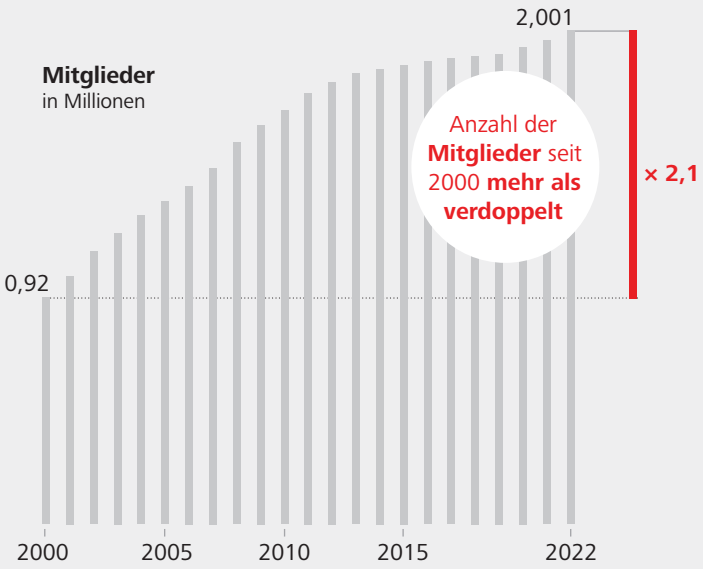
Doch sind das die Hauptmotive, warum Kundinnen und Kunden zu Mitgliedern werden wollen? Dem ging das Kompetenzzentrum für Genossenschaften «Idée Coopérative» nach und führte eine Umfrage bei Schweizer Genossenschaften durch. Im Zentrum stand die Frage: Welches sind die Alleinstellungsmerkmale von Genossenschaften? Hier wurde am häufigsten die Antwort «gesellschaftliche Verantwortung» gewählt: ein Wert, der gerade mit Blick auf die aktuelle Klimathematik stark an Bedeutung gewonnen haben dürfte. An zweiter Stelle stand «Nachhaltigkeit», gefolgt von «Förderung regionaler Strukturen», «Kundennähe» und «Partizipation».

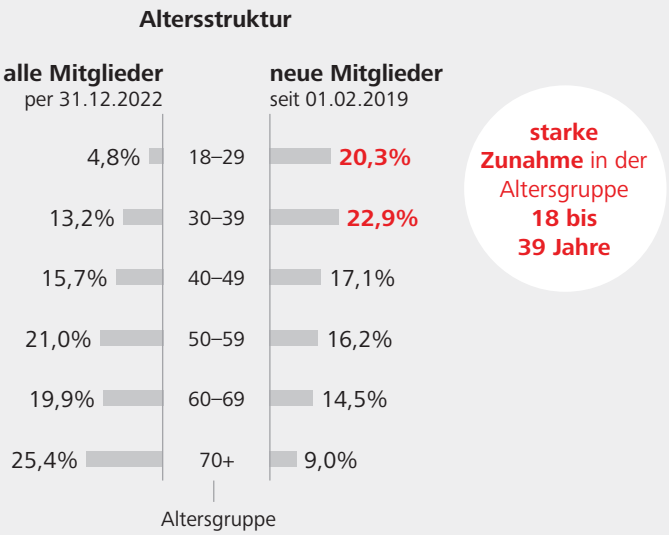
Genossenschaften verkörpern Werte, die in der heutigen Gesellschaft aktueller denn je sind, obwohl das Modell bereits Ende des 19. Jahrhunderts erfolgreich wurde. Kurz gesagt: Das Genossenschaftsmodell trifft den Puls der Zeit. ■

Mehr unter
ideecooperative.ch

Mitglieder können profitieren

Ob kulturelle, sportliche oder touristische Engagements – Mitglieder können sich attraktive Vorteile sichern: Gratiseintritte in mehr als 500 Museen, bis zu 40 Prozent Rabatt auf Skitageskarten, den halben Preis auf das Mobility-Abo, bis zu 50 Prozent Rabatt auf Konzerte, Events, Musicals und vieles mehr. 2022 investierte Raiffeisen 141 Millionen Franken in Mitgliedervorteile.





«Ich schätze es, wenn ein Unternehmen einen starken regionalen Bezug hat. Habe ich eine Frage zu meinen Finanzen, rufe ich einfach meinen Bankberater an oder gehe rasch vorbei. Ich kenne ihn persönlich und vertraue ihm.»

Ramon Zenhäusern
Skirennfahrer, Genossenschafter Raiffeisenbank Region Visp

«Alle verlangen nach Mitsprache, Gleichheit oder Nachhaltigkeit. Werte, die auch mir wichtig sind und die ich von meiner Bank erwarte.»

Chiara Lorenzetti
Sekundarlehrerin, Genossenschafterin Raiffeisenbank Malcantone, Caslano

«Ich bin Mitglied geworden, weil Raiffeisen dem entspricht, was ich von einer Bank auf partizipativer, ethischer und solidarischer Ebene erwarte. Die lokale Verankerung und die Unterstützung der Kultur haben mich ebenfalls angesprochen. Für mich ist es wichtig, dass sich eine Bank für das interessiert, was in ihrer Region passiert.»

Jeannine de Haller Kellerhals
Präsidentin der Fondation pour le Théâtre du Jura, Genossenschafterin Banque Raiffeisen Ajoie

Mehrwert für die Schweiz

Engagiert für die Gesellschaft

225 Mio. CHF

hat Raiffeisen durch **Sponsoring, Spenden** und **Steuern an Gemeinden** und **Vereine** vergeben

79 Mio. CHF

an **Zinsen** auf Anteilscheinen gingen an die **Mitglieder**

36,5 Mio. CHF

wurden seit der Lancierung 2016 über **lokalhelden.ch** gesammelt

Wer auf einem umkämpften Markt auf Differenzierung setzt, ist klar im Vorteil. Raiffeisen hat in der Finanzbranche durch das Geschäftsmodell als Genossenschaft eine einzigartige Position. In allen Landesteilen ist sie stark lokal verankert. Das zeigt sich auch bei ihren vielfältigen Engagements.

Raiffeisen wirtschaftet gewinnorientiert, aber nicht um jeden Preis: Nebst der nachhaltigen und langfristigen Ausrichtung ist es der Bankengruppe ausgesprochen wichtig, sich für die Gesellschaft und ihre Mitglieder zu engagieren.

Engagement vor Ort – und national

Die Raiffeisenbanken engagieren sich vor Ort bei Sport, Kultur und sozialen Projekten und tragen so zu einer vielfältigen und lebendigen Schweiz bei. Ob neue Fussballtrikots für die Juniorenmannschaft im Dorf, Räumlichkeiten für die Guggenmusik oder Trinkflaschen für den Tennisclub: Lokale Vereine und Anlässe werden unterstützt, der rote Schriftzug von Raiffeisen gehört ganz einfach dazu.

Auch auf nationaler Ebene ist Raiffeisen präsent, indem sie sich für Swiss Ski engagiert und als grösste Nachwuchssponsorin im Schweizer Schneesport auftritt. Durch landesweit verteiltes Sponsoring, Spenden und Steuern wurden 2022 über 200 Millionen Franken an Gemeinden und Vereine vergeben, beziehungsweise entrichtet. Im Breitensport ist Raiffeisen eine der grössten Sponsorinnen.

Mit lokalhelden.ch hat Raiffeisen 2016 eine eigene dreisprachige Crowdfunding-Plattform gegründet, die im Vergleich zu vielen anderen Crowdfunding-Plattformen gebührenfrei ist. Seit der Lancierung konnten über 2’000 Projekte mit über 36 Millionen Franken Spenden finanziert werden. Ein Beispiel:

Genossenschaftsládeli im Kampf gegen die Supermärkte

Die «rampe5» ist ein genossenschaftlich organisierter Lebensmittelladen. Hier gibt es ökologisch- und sozialverträgliche Lebensmittel und Alltagsprodukte zu kaufen. Die Initiantinnen und Initianten wollen mit diesem Projekt die Lebensmittelversorgung der Stadt Zürich verändern. Sie arbeiten direkt mit den Produzentinnen und Produzenten zusammen, behalten bei der Produktion das Ökosystem im Auge und sorgen für Transparenz in der Produktionskette. So schaffen sie alternative Strukturen und sorgen für mehr Nachhaltigkeit und Gemeinschaftlichkeit. Auf lokalhelden.ch haben innerhalb kürzester Zeit 361 Personen das Projekt mit insgesamt knapp 50’000 Franken unterstützt. ■

Gastkommentar

Raiffeisen verpflichtet

In der aktuellen Diskussion um die gesellschaftliche Rolle von Unternehmen wird verstärkt auf die Gemeinwohlorientierung Wert gelegt. Raiffeisen steht vor der besonderen Herausforderung, die eigenen Stärken weiterzuentwickeln und zur Bewältigung der grossen gesellschaftlichen Herausforderungen einzusetzen. Dies gelang bisher gut.

Wer kann, der muss – so könnte man die Verantwortung der Raiffeisenbanken in der Schweiz auf den Punkt bringen. Aus dem Zusammenwirken von historisch gewachsenem Leistungsversprechen, genossenschaftlicher Organisationsstruktur und aktueller Reputation ist nicht nur eine starke Marke entstanden, Raiffeisen steht heute wie nur wenige andere Organisationen für wichtige Aspekte des Selbstverständnisses der Schweiz. Daraus erwächst Verantwortung.

Timo Meynhardt
Herausgeber GemeinwohlAtlas Schweiz

Seit der Publikation des ersten GemeinwohlAtlas Schweiz im Jahr 2014 führt Raiffeisen das Feld der Schweizer Banken an. Der GemeinwohlAtlas erfasst in den Dimensionen Aufgabenerfüllung, Moral, Lebensqualität und Zusammenhalt, inwieweit eine Organisation in den Augen der Bevölkerung einen gesellschaftlichen Nutzen in ihrem Kerngeschäft stiftet und damit zum Gemeinwohl beiträgt.

«Raiffeisen steht heute für wichtige Aspekte des Selbstverständnisses der Schweiz.»

Timo Meynhardt
Herausgeber GemeinwohlAtlas Schweiz

Die letzten Jahre haben gezeigt, dass Raiffeisen diesen Spitzenplatz auch in einem schwierigen Umfeld behaupten konnte. Dies ist keineswegs selbstverständlich und muss täglich erarbeitet werden. Zunehmend wichtiger wird dabei die Frage, wie die Raiffeisenbanken mit ihren Produkten und Dienstleistungen einen Beitrag zur Bewältigung der grossen Herausforderungen unserer Zeit (Klimakrise, Digitalisierung, demografischer Wandel usw.) leisten. Dort liegt der Schlüssel für den künftigen Erfolg. ■

Mehr unter
gemeinwohl.ch

Nachwuchsförderung

Seit einigen Jahren ist Raiffeisen grösste Nachwuchssponsorin im Schweizer Schneesport. Dadurch profitieren über 20'000 Nachwuchsathletinnen und -athleten von optimalen Trainingsbedingungen. So stehen ihnen unter anderem professionelle Trainerinnen und Trainer zur Verfügung, Fahrzeuge und Unterkünfte werden organisiert und Spezialtrainings ermöglicht.

Mützenaktion

Seit 2010 unterstützt Raiffeisen mit dem Verkauf von Wintermützen den Nachwuchs im Schweizer Schneesport. In den letzten 13 Jahren haben die Fans des Schweizer Schneesports mehr als 500'000 Mützen gekauft, was einen Spendenbetrag von über 2,5 Millionen Franken ergibt.

Mehr unter
welovesnow.ch

Innovationskultur

Gemeinsam zur Genossenschaft von morgen

Die Chancen der Digitalisierung nutzen und dabei die Kundennähe sicherstellen: So geht die Raiffeisen Gruppe innovative Projekte an. Dabei setzt sie auf ihre über 11'000 Mitarbeitenden aus allen Landesteilen, die im Rahmen von Innovationskampagnen die Zukunft ihrer Arbeitgeberin aktiv mitgestalten.

«Wir verbinden die Mitarbeitenden über Disziplinen hinweg, um ihr Potenzial für die Zukunft unserer Genossenschaft zu nutzen.»

Stefan Jeker
Leiter Innovationsmanagement Raiffeisen Schweiz

Bei Raiffeisen haben alle Mitarbeitenden die Möglichkeit, die Genossenschaft aktiv mitzugestalten und weiterzuentwickeln. «Die mehr als 11'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus der ganzen Schweiz mit ihren Ideen, ihrer Kreativität und Innovationskraft – das sind unsere wertvollsten Ressourcen», sagt Stefan Jeker, Leiter Innovationsmanagement Raiffeisen Schweiz. Damit sich dieses Potenzial entfalten kann, bietet Raiffeisen die entsprechenden Rahmenbedingungen: eine lebendige Innovationskultur und die Möglichkeit, sich über Disziplinen und Bereiche hinweg miteinander auszutauschen und den Dialog zu pflegen.

Innovationskampagnen mit Effekt

Regelmässig werden Innovationskampagnen zu bestimmten Themen initiiert. Ende 2021 stand dabei die Ideensuche zur Genossenschaft der Zukunft im Fokus. Aus Eigenarbeit, Bankenworkshops oder im Rahmen der Innovation Challenge kamen über 70 Ideen zusammen, die auf dem Innovationsportal eingereicht wurden. Vertreterinnen und Vertreter von Raiffeisenbanken und von Raiffeisen Schweiz kürten daraus die in ihren Augen zwanzig besten Ideen. Diese wurden im Rahmen von «Pitching Days» von den jeweiligen Teams vor einer Jury präsentiert. In der Jury waren unter anderen die Raiffeisenbanken sowie die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat von Raiffeisen Schweiz vertreten. Die besten zehn Eingaben gehören zu den Siegern. Zum Beispiel die Idee «Genossenschaftshelden», ein digitales Rundungssparen zugunsten von Projekten in der Region, welche die Mitglieder selbst vorschlagen können (siehe Box). Oder der «smarte Finanzplaner», eine dynamische Hilfe im E-Banking, die durch finanzielle Themen führt, die Situation mit der Kundin oder dem Kunden analysiert und sofort umsetzbare Lösungen vorschlägt. Die Gewinnerteams erhielten eine Anschubfinanzierung für die nächste Konzeptphase ihrer Ideen. «Ein inklusiver, simpler und zugleich effektiver Prozess», sagt Stefan Jeker. «Vor allem haben wir feststellen können, dass unser Innovationspotenzial gross ist – und dass wir die Chance haben, innovative Ideen aus der gesamten Raiffeisen Gruppe zu generieren. Nun geht es darum, die Ideen in umsetzbare Konzepte weiterzuentwickeln.» ■

Genossenschafts-helden

Idee für ein mögliches Projekt: Mit einem automatisierten Kleinstbetrag-Sparsystem schafft «Genossenschaftshelden» Anreize für Kundinnen und Kunden, sich an einem im E-Banking sichtbaren Sammeltopf zu beteiligen. An der Generalversammlung der jeweiligen Raiffeisenbank bestimmen die Genossenschafterinnen und Genossenschafter, welches regionale Projekt mit dem gesammelten Geld unterstützt werden soll. Die Idee gehört zu den Gewinnern der Raiffeisen-Innovationskampagne.

Pilotprojekt

Mit Elektroautos die Netzstabilität stärken

Zur Feier des zehnjährigen Bestehens der Geschäftsstelle in Château-d'Œx macht die Raiffeisenbank Alpes Chablais Vaudois der Region ein nachhaltiges Geschenk: Gemeinsam mit der Carsharing-Genossenschaft Mobility stellt sie ein besonders innovatives Elektroauto zur Verfügung.

Wer möchte, kann seit Dezember 2022 am Bahnhof von Château-d'Œx in ein Mobility-Elektroauto steigen, in ein ganz besonderes: Das Fahrzeug mit «bidirektionaler Ladung» speist nämlich den Strom aus der eigenen Batterie ins Netz zurück, wenn es nicht gefahren wird. Sinnvoll: Denn bekanntermassen stehen die meisten Wagen mehr Stunden am Tag herum, als dass sie unterwegs sind.

Elektroautos als Speicher nutzen und Stromlücken schliessen

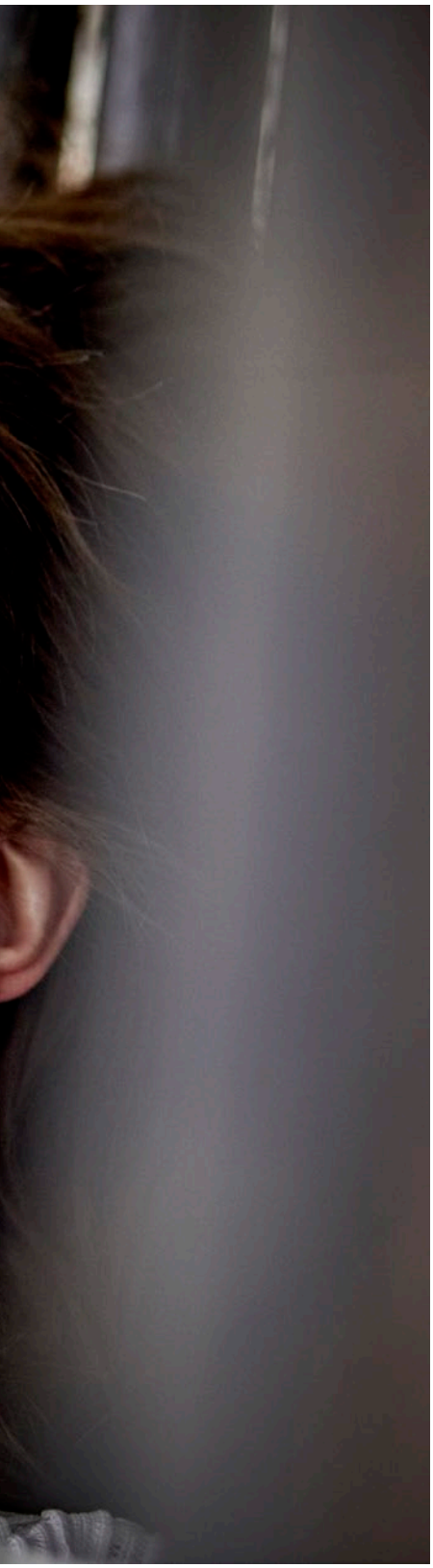
Das Elektroauto ist Teil des Pilotprojekts «V2X Schweiz», geleitet von der Carsharing-Genossenschaft Mobility und unterstützt vom Bundesamt für Energie. Ein Jahr lang wird der Betrieb von fünfzig Fahrzeugen mit der neuen Technologie unter verschiedenen Bedingungen in der ganzen Schweiz getestet. «Als Genossenschaftsbank haben wir eine Verantwortung gegenüber der Umwelt, der Gesellschaft und unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern», erklärt Frédéric Zulauf, Vorsitzender der Bankleitung der Raiffeisenbank Alpes Chablais Vaudois, die Motivation hinter dem Engagement von Raiffeisen. «Mit der Unterstützung dieses Projekts schaffen wir einen nachhaltigen, konkreten Mehrwert.» Die Raiffeisenbank Alpes Chablais Vaudois stellt dafür den Parkplatz und über die Foto-voltaikanlage auf dem Dach der Geschäftsstelle den Strom zur Verfügung, Mobility die Ladesäule und das Fahrzeug.

Kundinnen und Kunden von Raiffeisen profitieren von vergünstigten Carsharing-Angeboten. Wenn das Experiment den erhofften Erfolg bringe, stehe der Anschaffung eines weiteren Elektrofahrzeugs nichts im Wege, so Zulauf. Denn die neue Technologie könnte dazu beitragen, Stromlücken zu schliessen und die Netzstabilität zu erhöhen. ■

Mehr unter
mobility.ch/de/v2x

Kundenlösungen

Wir sind nahe bei unseren Kundinnen und Kunden und begleiten sie ganzheitlich und auf Augenhöhe: ob es dabei um Anlagen geht, die Eigenheimsanierung oder die Nachfolgeregelung im Betrieb. Für die Weiterentwicklung unserer physischen oder digitalen Dienstleistungen setzen wir unter anderem auf Kundenpanels und Tests im UX-Labor.



User-Experience-Labor

Sind digitale Raiffeisen-Lösungen intuitiv?

Kurz ins E-Banking einloggen und mit wenigen Klicks ein neues Vorsorge-3a-Konto eröffnen – das geht unkompliziert via Mobile App oder am Computer. Damit Kundinnen und Kunden schnell ans Ziel kommen, prüft Raiffeisen neue Ideen und Produkte frühzeitig im Testlabor.

Wohin wandert der Blick der Testperson? Auf welchen Button, welche Taste drückt sie? Wo hat sie Schwierigkeiten? Wer zum Test ins User- Experience-Labor (UX-Labor) von Raiffeisen eingeladen wird, steht unter genauer Beobachtung. Aber keine Angst: Hier werden nicht die Intelligenz und die Geschicklichkeit der Testpersonen auf die Probe gestellt, sondern die Dienstleistungen von Raiffeisen. Das können neue Apps sein, die Weiterentwicklung bereits bestehender Angebote im E-Banking oder eine digitale Applikation in einer Geschäftsstelle. Im UX-Labor in St.Gallen werden Prototypen diverser Lösungen und Funktionen von Anwendungen auf ihre Benutzerfreundlichkeit, die sogenannte Usability, geprüft, auf Verständlichkeit und Einfachheit. Manche Tests finden auch online im virtuellen Raum oder persönlich vor Ort in einer Bank statt.

«Im UX-Labor erhalten wir Feedback aus erster Hand.»

Laure Frank
Leiterin Digital Business Raiffeisen Schweiz

Konkret werden den Testpersonen verschiedene Aufgaben gestellt, die sie eigenständig ausführen müssen. So gilt es beispielsweise, eine bestimmte Information in einer neuen App zu finden, eine Publikation oder den Kreditrechner auf der Website, vielleicht muss auch ein Bestellformular korrekt ausgefüllt und abgeschickt werden. Werden die unterschiedlichen Navigationselemente zielgerichtet bedient? Versteht man die Informationen richtig?

Die Produktverantwortlichen und die geschulten UX-Experten beobachten die Ausführung gezielt in einer kontrollierten Umgebung. Sie schauen und hören genau hin, aufmerksam und sachlich. Zugleich werden bei den Usability-Tests neuste Technologien eingesetzt, welche die unmittelbaren Reaktionen der Testpersonen messen. Für ausgewählte Designs werden auch Technologien wie Eyetracking eingesetzt, die es erlauben, Blickpfade und die Aufmerksamkeit der Testpersonen sichtbar zu machen.

Wo genau schauen die Testpersonen auf dem Bildschirm hin? Im UX-Labor wird sichtbar gemacht, an welcher Stelle welche Information stehen muss, damit sie auch von ungeübten Nutzerinnen und Nutzern schnell erfasst werden kann. So stellt Raiffeisen sicher, dass ihre digitalen Lösungen einfach und nahtlos zu bedienen sind.

«Wie begeistern wir unsere Kundinnen und Kunden? Das wollen wir lernen.»

Jana Nobel
Leiterin Customer Experience
Raiffeisen Schweiz

So können die Entwicklungsteams von Anfang bis Ende nachvollziehen, was die Kundinnen und Kunden sehen, und deren Wahrnehmung besser verstehen. Die Bedürfnisse der Testpersonen werden systematisch erhoben, um faktenbasiert entscheiden zu können – und Stolpersteine frühzeitig zu erkennen und zu beheben. Erst dann wird das Produkt weiterentwickelt.

Je nach Lösung werden unterschiedliche Gruppen als Testpersonen ausgesucht: Mit dem Ziel, ihre Bedürfnisse und Interessen besser zu verstehen, sind es meist potenzielle oder bestehende Raiffeisen-Kundinnen und -Kunden. «Im UX-Labor erhalten wir Feedback aus erster Hand. Wir lernen, wo wir die Customer Journey und das Kundenerlebnis verbessern können – und wie wir unsere Kundinnen und Kunden begeistern können. Auf dieser Basis wollen wir für sie die besten digitalen Lösungen entwickeln», erklärt Laure Frank.

Bis 2025 entwickelt die Bankengruppe die Raiffeisen App, die die Angebote von Raiffeisen im Sinne eines Self-Service an einem Ort einfach und digital zur Verfügung stellt. Raiffeisen-Kundinnen und -Kunden können bei Beratungsbedarf allerdings weiterhin jederzeit auf den Service ihrer Bank zugreifen. Ziel ist es, ein nahtloses Zusammenspiel aller digitalen und physischen Kanäle zu bieten. ■

Raiffeisen mitgestalten

Wer am Raiffeisen-Kundenpanel teilnimmt, kann bei Online-Befragungen seine Meinung einbringen. So zeigte ein Panel beispielsweise, dass Kundinnen und Kunden für einfache Produkte digitale Lösungen bevorzugen. Geht es aber um Produkte wie Hypotheken oder Anlagen, wird die persönliche Beratung vor Ort geschätzt und relevant bleiben. Auch Innovationen rund um das Geschäftsfeld von Raiffeisen werden im Kundenpanel auf ihre Tragfähigkeit hin geprüft.

Schöner Nebeneffekt: Raiffeisen spendet für jeden ausgefüllten Online-Fragebogen einen Franken an eine wohltätige Organisation in der Schweiz.

Anmeldung über
marktforschung@raiffeisen.ch

Mehr zum UX-Labor von Raiffeisen finden Sie hier:
qr.codes/EM36eI

Kurzinterview

User-Experience-Design begeistert Menschen

«Gute Usability steigert die Loyalität der Kundinnen und Kunden.»

Laure Frank
Leiterin Digital Business
Raiffeisen Schweiz

Raiffeisen führt ein eigenes UX-Labor. Wieso?
Wir haben eine sehr heterogene Kundenstruktur. Unsere digitalen Lösungen sollen aber für alle einfach verständlich und zugänglich sein. Im UX-Labor können wir mit unseren Kundinnen und Kunden digitale Anwendungen testen und für sie die besten Lösungen entwickeln.

Wie funktioniert das genau?
Wir führen Usability-Tests und Eyetracking-Studien durch, prüfen also die Nutzbarkeit und verfolgen den Blick der Testpersonen. Die Auswertungen zeigen etwa, ob die Informationen gefunden und richtig verstanden werden. Zu den Tests laden wir Kundinnen und Kunden sowie Personen ohne Kundenbeziehung zu Raiffeisen ein.

Welche Vorteile biete User-Experience-Design?
User-Experience-Design ist ein Erfolgsfaktor. Erfüllen die digitalen Lösungen die Kundenbedürfnisse, werden sie gerne und nachhaltig im Alltag genutzt. Mit User-Experience-Design stellen wir sicher, dass unsere digitalen Lösungen einfach und durchgängig sind. Es ist eine lohnende Investition, die es uns ermöglicht, bestehende Kundinnen und Kunden zu halten und neue zu gewinnen. ■

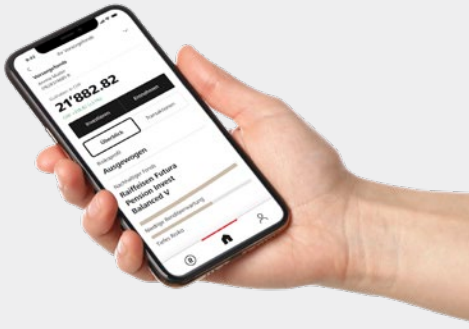
Digitale Säule 3a

Die private Vorsorge einfach verwalten und optimieren

1 Vorsorgekonto eröffnen
In drei Minuten zum neuen Vorsorgekonto: Im Raiffeisen E-Banking einloggen, Menüpunkt «Vorsorgen» wählen, «Jetzt starten» antippen und Vorsorgekonto eröffnen.

2 In die Säule 3a einzahlen
Gewünschten Betrag eintippen und bis zum Maximalbetrag einzahlen. Das aktuelle 3a-Guthaben ist pro Konto in der Übersicht jederzeit ersichtlich.

3 Vertrag digital abschliessen
Vertragsunterlagen online einsehen und digital signieren.



4 Vorsorgevermögen investieren
Entscheiden, ob ein Teil des Vorsorgevermögens in Wertschriften investiert werden soll. Wenige Fragen beantworten und Raiffeisen schlägt die Anlagestrategie mit dem passenden Risikoprofil vor.

Kundenporträt

Mit Modernisierung Verantwortung übernehmen

Sägemehl und zerknüllte Zeitungen? Walter Hunziker staunte nicht schlecht über die vorhandene Bodendämmung des Elternhauses seiner Frau Judith. Der pensionierte Architekt sanierte das Gebäude von Grund auf energetisch – und ästhetisch zugleich.

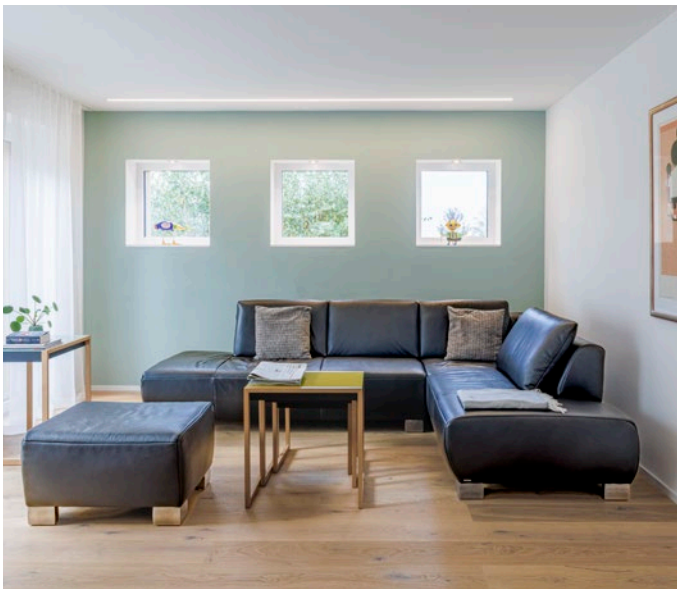
Wenn Walter Hunziker im lichtdurchfluteten Esszimmer «Vorher-Nachher-Fotos» und selbst gezeichnete Pläne ausbreitet, ist die Verwandlung kaum zu glauben. Aus einem klassischen Einfamilienhaus der 1950er-Jahre ist ein Bijou geworden: Die Aussenfassade ist in einem mediterranen Farbton gehalten; der Anbau mit dem grossen Fenster verleiht dem Gebäude eine gewisse Coolness – und beschert dem Ehepaar Hunziker einen Traumblick ins beschauliche Dorf Münchwilen im Kanton Aargau.

Bis auf die Aussenwände wurde das Haus entkernt. «Und dabei kamen einige Überraschungen zutage», sagt Walter Hunziker. «Zwischen den Bodenbalken fanden wir als Dämmmaterial auch eine zerknüllte Nationalzeitung von 1956.» Für das Ehepaar stand fest: Elemente aus dem Elternhaus von Judith Hunziker sollten erhalten bleiben. Die quadratischen Fenster zum Beispiel. Aber eine ganzheitliche energetische Sanierung war dringend nötig. «Dabei wollten wir keine halben Sachen machen», erklärt der pensionierte Architekt. «Und so haben wir uns auch von der Ölheizung getrennt, die erst vor zwei Jahren installiert worden war.»

«Wir wollten keine halben Sachen machen – und haben alle Sanierungsmassnahmen umgesetzt.»

Walter Hunziker
Bauherr

Bevor es so weit war, liess Walter Hunziker – angeregt durch seinen Raiffeisen-Bankberater Thomas Mahrer – einen GEAK® erstellen, den offiziellen Gebäudeenergieausweis der Kantone. Der GEAK® plus, der Bericht zum energetischen Modernisierungsbedarf, hielt die empfohlenen Massnahmen fest. «Und wir haben als echte Musterschüler alles umgesetzt», sagt Walter Hunziker. Es kam eine Wärmepumpe in den Keller, die Wände wur-



den aufgedoppelt, das Dach isoliert – und dreifach verglaste Fenster eingesetzt. «Damit erreichen wir Dämmwerte, die einem Minergiehaus entsprechen.»

Für die energetische Sanierung konnte das Ehepaar Hunziker von Fördergeldern des Kantons Aargau profitieren. Mit der Raiffeisenbank Regio Frick-Mettauertal wurde die Finanzierungslösung entwickelt. «Das war eine unkomplizierte Sache», sagt Walter Hunziker. Denn Raiffeisen hat schon 1975 das erste Haus der Familie Hunziker in Münchwilen finanziert. Dort ist jetzt die Familie des Sohnes eingezogen. Die Enkel besuchen die Grosseltern nur allzu gerne: Sie flitzen dann auf dem Dreirad rund ums Haus und beschnuppern im neu angelegten Garten die Kräuter. ■

Ratgeber

Sanierung planen in 5 Schritten

Ob Sie das Eigenheim nur teilweise oder komplett sanieren möchten: Am Anfang sollte die energetische Beurteilung stehen. Damit Investitionen und Nutzen im Einklang stehen, sollten Sie ganzheitlich planen – und Schritt für Schritt vorgehen.

- Ist-Zustand analysieren
- Sanierungsstrategie und Konzept entwickeln
- Projektkosten zusammenstellen und Finanzierung klären
- Baugenehmigung beantragen
- Architekten beauftragen und Sanierung beantragen

Hilfreiche Tools und Beiträge finden Sie auf **raiffeisen.ch/sanieren**

Mehr zum Gebäudeenergieausweis der Kantone GEAK® unter **geak.ch**

Beratungsbank

«Seit zehn Jahren gibt es bei uns keine Schalter mehr.»

Der Bankleiter Doriano Baserga hat drei kleine Banken zur Banca Raiffeisen della Campagnadorna zusammengeführt und die erste Raiffeisen-Beratungsbank in der italienischen Schweiz eröffnet. Nach 32 Jahren bei Raiffeisen geht er nun in Pension.

«Man kann sich das kaum noch vorstellen: Während meiner Banklehre in den 1970er-Jahren gab es noch keine PCs. Heute hingegen können Kundinnen und Kunden mit einem Klick im E-Banking erledigen, was damals mehrere Arbeitsschritte in Anspruch nahm. Als ich 2008 die Bankleitung der Banca Raiffeisen della Campagnadorna übernahm, war mir deshalb klar, dass sich im Innern der Geschäftsstellen etwas ändern sollte. Denn klassische Ein- und Auszahlungen am Schalter waren rückläufig und immer öfter suchten Kundinnen und Kunden das vertrauliche Gespräch abseits des Schalters. Im Zuge von Um- und Neubau haben wir gleich das ganze Bankkonzept umgestellt. Seit zehn Jahren sind wir eine Beratungsbank. Das heisst: Bei uns gibt es keine Schalter mehr und Bargeld nur noch an den Bancomaten. Dafür gibt es Geschäftsstellen mit Bildschirm an der Wand für Präsentationen, mit bequemen Sesseln und einer Kaffeemaschine – einen Ort für die individuelle Beratung und unverbindliche Begegnung. Zwei Drittel aller Raiffeisenbanken arbeiten heute mit diesem Modell, das Raiffeisen speziell entwickelt hat, um den veränderten Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden gerecht zu werden. Wir waren die erste Bank in der italienischen Schweiz, die auf dieses Beratungskonzept umgestellt hat. Diese Atmosphäre – offener und mit grösserer Nähe zwischen Kundinnen und Kunden und Beratenden – passt zu den Dienstleistungen, die vermehrt nachgefragt werden. Früher standen der Zahlungsverkehr und die Hypotheken im Vordergrund. Heute machen wir vermehrt Vorsorge- und Anlageberatungen und sprechen über Modernisierung von Liegenschaften.

«Wir haben als erste Raiffeisenbank in der italienischen Schweiz auf das Beratungsbankkonzept umgestellt.»

Doriano Baserga
Bankleiter Banca Raiffeisen della Campagnadorna

Am Anfang hatten die Leute etwas Hemmungen, die umgestaltete Schalterhalle zu betreten, da alles so anders aussah. Rund ein Jahr assistierten Mitarbeitende den Kundinnen und Kunden am Bancomaten. Heute können auch jene ihre Bargeldgeschäfte selbstständig erledigen, die vorher dafür an den Schalter kamen. Und wenn ich versuche, mir Raiffeisen der Zukunft vorzustellen, dann sehe ich eine Bank, wo Kundinnen und Kunden sich noch mehr als heute online informieren und Dienstleistungen in Anspruch nehmen, wo der persönliche Kontakt dennoch zentral bleibt. Daran arbeitet die Bankengruppe. Ich bin dankbar, durfte ich so viele Jahre Teil davon sein.» ■

Kundenporträt

«Eine solche Chance erhält man nur einmal»

Eine Halle wurde gesucht – und dann gleich ein ganzes Unternehmen übernommen: So kam die sankt-gallische Eschler Fahrzeugbau AG endlich zu einem zweiten Standort. Die Finanzierung basiert auf einer erfolgreichen Nachfolgelösung.

Eigentlich suchte Samuel Eschler, Geschäftsführer der Eschler Fahrzeugbau AG in Bronschhofen (SG), im Frühjahr 2022 zunächst einmal nur eine Miethalle auf der anderen Seite des Gubristtunnels. «Wir wollten unsere Kundschaft in der West- und Nordwestschweiz besser bedienen – und unseren Kundinnen und Kunden Fahrten entlang der Gubriststrecke mit ihren häufigen Staus ersparen.»

Die Eschler AG übernahm dann aber gleich ein ganzes Unternehmen: die Leo Fahrzeugbau AG in Wiedlisbach (BE). Er habe nicht schlecht gestaunt, als ihm Leo von Wyl sein Unternehmen direkt zum Kauf angeboten habe. «Eine solche Chance erhält man nur einmal im Leben», sagt Samuel Eschler. Er hatte schon länger einen zweiten Standort westlich des Gubrists im Hinterkopf. Und dann bediente die Leo Fahrzeugbau AG noch dazu das identische Kundensegment: ideal! Acht Monate nach dem Erstgespräch war der Firmenkauf unter Dach und Fach.

Der Zeitpunkt der Firmenübernahme war jedoch ungünstig. Samuel Eschler war gerade mitten im Ausbau des Standortes Bronschhofen. Das Bauprojekt und die gleichzeitige Firmenübernahme forderten ihn nicht nur in organisatorischer Hinsicht, sondern bedeuteten auch einen grossen finanziellen Druck für das über 20-jährige Ostschweizer Familienunternehmen.

«Raiffeisen war für uns bei der Nachfolgeregelung und der Übernahme eine zuverlässige Partnerin.»

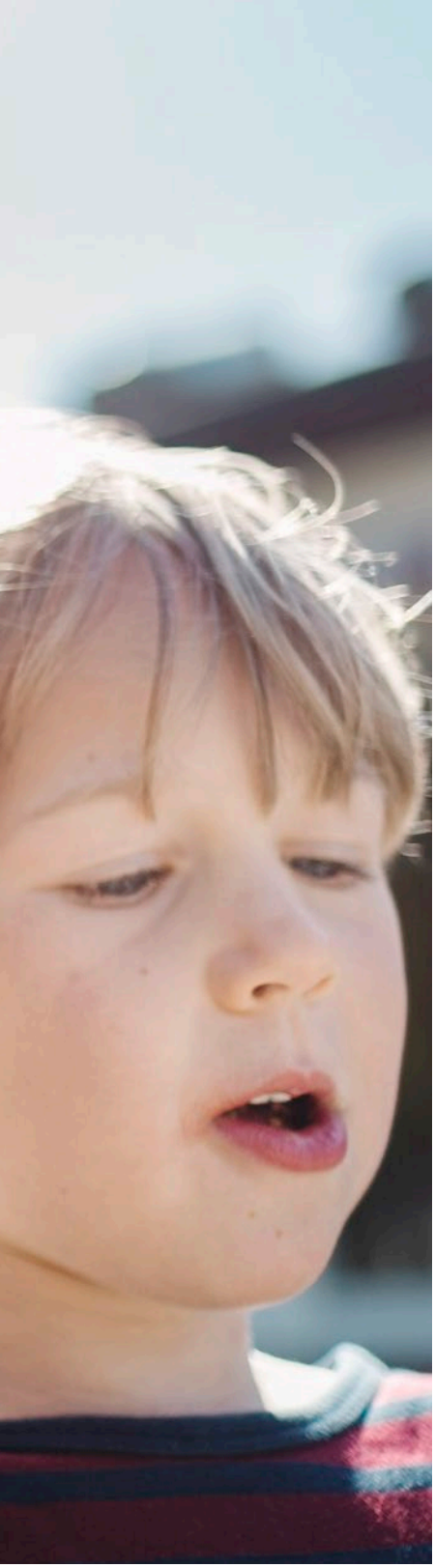
Samuel Eschler
Geschäftsführer
Eschler Fahrzeugbau AG

Nachfolgelösung als Basis der Finanzierung

Die Raiffeisenbank Seerücken begleitete 2013 bereits die familieninterne Nachfolgelösung von Vater Max zu Sohn Samuel Eschler. Dank dieser langjährig gewachsenen Beziehung kannte Raiffeisen-Kundenberater Sven Nussbaum den Unternehmer persönlich und auch die Geschäftssituation der Eschler Fahrzeugbau bestens. Zusammen mit der Samuel Eschler vertrauten Treuhandfirma steffen rausch kessler ag weinfelden konnte er eine massgeschneiderte Lösung zur Finanzierung entwickeln. Mit der Übernahme wuchs Eschler Fahrzeugbau von 40 auf über 60 Mitarbeitende. «Jetzt bauen wir unser Dienstleistungsangebot aus, führen neue Strukturen und Prozesse ein», sagt Samuel Eschler. «Für unser Familienunternehmen war die Übernahme ein bedeutender Schritt in Richtung Zukunft – der ich mit Zuversicht entgegenblicke.» ■

Verantwortung

Ob wir lokale Initiativen in Sport und Kultur unterstützen, in unseren Anlagestrategien den Klimaschutz berücksichtigen oder Vielfalt und Chancengleichheit im Unternehmen fördern: Bei unserem Handeln wollen wir ökonomische, ökologische und soziale Aspekte in Einklang bringen.



Nachhaltigkeitsstrategie

Positiven «Impact» ausbauen

Heute und auch morgen nicht auf Kosten künftiger Generationen leben: So interpretiert Raiffeisen den Begriff Nachhaltigkeit. Im Einklang mit einer nachhaltigen Entwicklung will Raiffeisen langfristig erfolgreich wirtschaften.

Nachhaltigkeit bedeutet für Raiffeisen, als Unternehmen verantwortungsbewusst zu handeln und neben ökonomischen auch ökologische und gesellschaftliche Wirkungen ihres Handelns zu beachten. Als verantwortungsbewusstes genossenschaftlich organisiertes Finanzinstitut ist es unser Ziel, unsere Nachhaltigkeitsleistung laufend zu stärken. Dabei fokussiert die Bankengruppe auf fünf Themenfelder:

Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen
Immer mehr Kundinnen und Kunden fragen nachhaltige Produkte und Dienstleistungen nach. Deswegen stärkt und baut Raiffeisen ihre nachhaltige Produkte- und Dienstleistungspalette kontinuierlich aus.

Offen und fair mit Kunden
Wir pflegen mit unseren Kundinnen und Kunden einen offenen und fairen Umgang. Dazu gehören verständliche Lösungen und Dienstleistungen, ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis und transparente Preise. Der Schutz der uns anvertrauten Kundendaten hat für uns höchste Priorität. Unsere jährlich durchgeführten Kundenbefragungen zeigen eine anhaltend hohe Zufriedenheit bezüglich Fairness und Transparenz und eine deutlich positive Wahrnehmung im Bereich Nachhaltigkeit und Verantwortung.

Kompetente, vielfältige Mitarbeitende
Die Bankengruppe bietet ihren Mitarbeitenden umfassende Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten. Die Vielfalt der Gesellschaft bilden wir in unserem Unternehmen ab, messen und stärken die Diversität unserer Mitarbeitenden auf allen Stufen. Diskriminierung tolerieren wir in keiner Weise.

Langfristig erfolgreich sein
Für unsere Kundinnen und Kunden, für unsere Mitarbeitenden, für unsere Investoren und sonstigen Partnerinnen und Partner schaffen wir als Genossenschaftsbank langfristig Mehrwert. Raiffeisen ist ihnen eine unabhängige und verlässliche Partnerin. Das Genossenschaftskapital wird fair verzinst.

«Als verantwortungsvolle Bank stärken wir die Nachhaltigkeit bei unseren Produkten und Dienstleistungen.»

Christian Hofer
Leiter Nachhaltigkeit, Politik & Genossenschaft Raiffeisen Schweiz

Klimawandel eindämmen
Raiffeisen engagiert sich aktiv für eine klimaneutrale Schweiz und für die Einhaltung der Pariser Klimaziele. Das Netto-Null-Ziel 2050 der Schweiz unterstützen wir. Die eigenen Emissionen misst Raiffeisen und legt sie transparent offen. Reduzieren wollen wir nicht nur unsere eigenen Emissionen aus dem Betrieb, sondern auch Emissionen im Zusammenhang mit unseren Finanzdienstleistungen. Seit 2020 kompensiert Raiffeisen alle verbleibenden, nicht reduzierbaren CO_2-Emissionen durch den Erwerb von Emissionsgutschriften aus Klimaschutzprojekten. Darüber hinaus unterstützen wir als Gründungsmitglied der Klimastiftung Schweiz Innovationen von KMU zum Klimaschutz. ■

Im Betrieb Emissionen senken

Hand in Hand für den Klimaschutz

Die Raiffeisen Gruppe engagiert sich gemeinsam für Klimaschutz und Energieeffizienz: Mit konkreten Massnahmen senken die verschiedenen Standorte in der ganzen Schweiz ihre Emissionen. Wie ist die Raiffeisenbank del Vedeggio in Gravesano dabei vorgegangen?

Bei der frisch renovierten Raiffeisenbank del Vedeggio in Gravesano sieht man auf den ersten Blick: Hier wird «Grün» grossgeschrieben. Eine Vertikalbegrünung schmückt die Aussenfassade über mehrere Meter. Aber nicht nur, weil es dekorativ ist. Die Pflanzen beschatten die Fassade im Sommer und haben einen isolierenden Effekt im Winter. So wirken die Zweige, Blätter und Moose wie eine natürliche Klimaanlage – und bieten Insekten und Vögeln Lebensraum.

Auch hinter der Fassade geht es grün weiter: Im einladenden Innenhof wurden Bäume und Sträucher gepflanzt und Sitzgelegenheiten aus einheimischem Kastanienholz gestaltet. Hier können die Mitarbeitenden auch in zwangloser Atmosphäre Beratungsgespräche führen. «Diese Massnahmen im Namen der Umweltverträglichkeit kommen sehr gut an – bei unseren Kundinnen und Kunden und bei den Mitarbeitenden ebenso», sagt Roberto Rossi, Vorsitzender der Bankleitung. «Mit der Aussengestaltung möchten wir auch ein deutlich sichtbares Zeichen für unser Engagement setzen – und Mehrwert für die Umgebung am Standort schaffen.»

«Ein naturnah gestalteter Standort, energetisch saniert: So setzen wir ein Zeichen für den Klimaschutz.»

Roberto Rossi
Vorsitzender der Bankleitung, Raiffeisenbank del Vedeggio, Gravesano

Eigene Stromproduktion auf dem Dach

Weniger augenfällig, aber genauso wichtig: In dem Gebäude wurde ein Hausautomationssystem installiert, das Vorgänge wie Heizen, Kühlen und Lüften energieeffizient steuert. Und die wohl wirksamste Massnahme, um CO_2-Emissionen zu senken: 440 Sonnenkollektoren wurden auf dem Dach installiert, die für den Betrieb der Bank Strom produzieren.

Handlungsempfehlungen zum Energiesparen

Im Herbst 2022 hat Raiffeisen Schweiz zuhanden der 220 Raiffeisenbanken und 803 Standorte einen ausführlichen Katalog mit sofort und mittelfristig wirksamen Massnahmen sowie Handlungsempfehlungen zum Energiesparen erarbeitet. Beispiele sind die Optimierung des Lüftungsbetriebs, das Abschalten von Grossbildschirmen ausserhalb der Schalteröffnungszeit oder der Ersatz von Elektroboilern durch Wärmepumpen. Die Raiffeisenbanken entscheiden autonom, welche Massnahmen sie umsetzen – und zeigen ihr Engagement für den Klimaschutz: So konnte Raiffeisen ihre Emissionen in den letzten zehn Jahren wesentlich senken. ■

Mehr zum Klimaschutz und zur Energieeffizienz unter **report.raiffeisen.ch/klima**

100%

Strom aus **erneuerbarer Energie**

1,76 GWh

Strom produzierten die Raiffeisenbanken 2022 mit **Fotovoltaikanlagen** auf den Dächern ihrer Gebäude

Lokalhelden: Das Grüne Trikot

Vereine vereint fürs Klima

Lange Auswärtsfahrten, viel Strom für Flutlicht und Sprinkleranlagen: Sport ist energieintensiv. «Das Grüne Trikot» unterstützt Sportvereine dabei, ihre Energieeffizienz zu verbessern. Raiffeisen fördert das Projekt über ihre Crowdfunding-Plattform lokalhelden.ch.

Beim Fussball dominiert die Farbe Grün, sofern der Rasen regelmässig bewässert wird. Doch wie grün ist Fussball punkto Nachhaltigkeit? Jedes grosse Stadion verfügt über Flutlicht und Sprinkleranlagen, die für die nötige Beleuchtung und Bewässerung sorgen. Die zum Betrieb dieser Anlagen notwendige Energie ist teuer – und wird durch die Energiekrise wohl noch teurer werden. Und das nicht nur in den Profiligen, sondern auch bei den zahlreichen Amateurvereinen, die sich fürs abendliche Training Flutlicht leisten.

Fussball ist hier nur ein Beispiel: In der Schweiz gibt es über 18'000 Sportvereine mit rund 2,8 Millionen Mitgliedern. Hier setzt das «Grüne Trikot» an. Das Projekt vereint und berät Sportclubs, die punkto Nachhaltigkeit einen grossen Schritt vorwärtsgehen wollen.

Macht ein Verein mit, beginnt «Das Grüne Trikot» erst einmal mit einer kostenfreien Energieberatung und Bedürfnisabklärung. Danach werden konkrete Projekte definiert. Dabei kann es um eine geplante Anschaffung gehen, zum Beispiel um eine optimierte Flutlichtanlage. Aber auch Verhaltensänderungen – wie die Bildung von Fahrgemeinschaften statt Einzelfahrten – werden angeregt. Möchten Vereine Massnahmen umsetzen, die Kosten mit sich bringen, können sie die benötigten Gelder via Crowdfunding auf lokalhelden.ch beschaffen. Raiffeisen fördert solche Projekte mit bis zu 5'000 Franken.

Als Genossenschaft verpflichtet sich Raiffeisen zu Nachhaltigkeit und ist Hauptpartnerin von «Das Grüne Trikot». Die nationale Aktion steht unter dem Patronat von «EnergieSchweiz» – einem Programm des Bundesamtes für Energie. ■

Mehr unter
dasgruenetrikot.ch
lokalhelden.ch

Diversity & Inclusion Communitys

Vielfalt fördert Innovation und Kreativität

Raiffeisen schätzt die Vielfalt ihrer Mitarbeitenden und fördert Inklusion: Es sind die facettenreichen Sichtweisen, Erfahrungen und Fähigkeiten jeder und jedes Einzelnen, die uns als Genossenschaftsbank ausmachen.

Raiffeisen ist an 803 Standorten in allen Sprachregionen der Schweiz vertreten: verwurzelt in einem Land mit einer multikulturellen, diversen Gesellschaft. Diese Vielfalt bildet Raiffeisen im Unternehmen ab. Um talentierte Mitarbeitende zu gewinnen, zu fördern und zu halten, unterstützt Raiffeisen ein inklusives Arbeitsumfeld: in dem sich Frauen und Männer auf Augenhöhe begegnen, in dem ein Coming-out am Arbeitsplatz problemlos ist, in dem Menschen mit Beeinträchtigungen unterstützt werden. Wo man Lust hat, eine Fremdsprache zu erlernen oder sich über Generationen hinweg auszutauschen.

29,3%

beträgt der **Anteil von Frauen in Kaderpositionen** gruppenweit (Vorjahr: 28,5 Prozent)

200

Mitarbeitende haben sich innert 12 Monaten bereits in einer der drei Communitys vernetzt

«Uns ist es wichtig, dass die Mitarbeitenden authentisch sein können. Deshalb ist unsere Kultur geprägt von Wertschätzung, gegenseitigem Respekt und einer Nulltoleranz gegenüber Diskriminierungen», führt Karin Schmidt, Leiterin Human Resources, aus. «Wenn in Teams ganz unterschiedliche Menschen zusammenarbeiten, fördert dies zudem unsere Innovationskraft und Kreativität.»

Um Vielfalt zu stärken, haben Raiffeisen-Mitarbeitende unterschiedliche Diversity & Inclusion Communitys gegründet, die allen Mitarbeitenden offenstehen und Raum bieten für Erfahrungsaustausch, Hilfe und Vernetzung – unabhängig von Standorten, Bereichen oder Hierarchien. Innert zwölf Monaten haben sich bereits 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darin vernetzt.

Unique

Unique setzt sich für ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis und die gezielte Förderung von Frauen ein. Deshalb setzt sich die Community insbesondere für die Förderung von Talenten, Transparenz, Empowerment, Sichtbarkeit, moderne Arbeitszeitmodelle und Familienfreundlichkeit ein. Mitarbeitende können sich auf verschiedenen Plattformen vernetzen und an Events und Diskussionen teilnehmen. Eine Kultur der Frauenförderung nutzt nicht nur das Potenzial von Frauen, sondern macht eine Organisation erfolgreicher und innovativer.

«Die Haltung von Raiffeisen unterstützt die Kultur der Chancengleichheit.»

Maximilian Roas
Leiter Bank Services Raiffeisenbank Rigi &
Mitglied Queer Community

«Ich setze mich für die Förderung der Sprachen- und Kulturvielfalt sowie deren Sichtbarkeit bei Raiffeisen ein.»

Elodie Schwab
Spezialistin digitale Livekommunikation Raiffeisen Schweiz & Mitglied Community Sprachen & Kultur

Sprachen & Kultur
Die Community für Sprachen und Kultur engagiert sich dafür, Sprachen- und Kulturvielfalt sichtbar zu machen und zu fördern. Für Sprachbegeisterte und Kulturinteressierte werden unter anderem informelle Cafés und Mittagessen organisiert, an denen ausschliesslich Französisch oder Italienisch gesprochen wird. So werden die Kompetenzen in Fremdsprachen auf lebendige Art und Weise erweitert.

Queer Community
Die Queer Community setzt sich für die Sichtbarkeit und Anerkennung von LGBTQ+-spezifischen Anliegen ein. Zentrales Thema ist die Sensibilisierung von Mitarbeitenden und Führungskräften. Das Ziel: die Sensibilisierung für LGBTQ+-Anliegen und die Förderung einer offenen, respektvollen und inklusiven Unternehmenskultur. Die Community ist Anlaufstelle für Fragen rund um das Thema LGBTQ+ und organisiert für ihre Mitglieder Anlässe wie Vorträge oder gemeinsame Ausstellungsbesuche. ■

«Frauenförderung ist für mich eine Frage der Gerechtigkeit und in unserer Zeit wirtschaftlich notwendig.»

Sena Lazarevic
Mitarbeiterin Management Office Raiffeisen Schweiz & Mitglied Unique Community

Aus- und Weiterbildung

Vorsprung dank Bildung

Bei Raiffeisen sollen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Talente nutzen können. Mit individuellen Weiterbildungsangeboten eröffnen wir dafür viele Wege und unterstützen die Idee des lebenslangen Lernens. Jungen Menschen ermöglichen wir einen erfolgreichen Berufseinstieg.

Die Welt um uns herum verändert sich rasant und stellt uns täglich vor Herausforderungen. Diese zu meistern, erfordert die Weiterentwicklung bestehender und den Erwerb neuer Kompetenzen. Um die Mitarbeitenden bei ihrer beruflichen Entwicklung optimal zu unterstützen und sie zu befähigen, in einem dynamischen Umfeld erfolgreich zu sein, fördert Raiffeisen deshalb lebenslanges Lernen.

Dazu steht den Mitarbeitenden das Online-Lernportal «Raiffeisen Academy» zur Verfügung. Mit einem breiten Spektrum an internen und externen Bildungs- und Entwicklungsprogrammen wollen wir dazu beitragen, dass sich alle Mitarbeitenden persönlich entfalten können. Ein Beispiel ist RAIexpert, das sich an Führungspersonen, Fachkräfte, Spezialistinnen und Spezialisten wendet. Hier stehen vor allem Kommunikations- und Selbstkompetenzen im Fokus. Das individuelle und praxisnahe Förderprogramm RAIMentoring bringt Sparringspartner zusammen: eine Mitarbeiterin oder einen Mitarbeiter mit einer erfahreneren Fachperson. Für das Mentoring stellen sich die Geschäftsleitung und Personen des Topkaders von Raiffeisen Schweiz sowie Vorsitzende von Bankleitungen der Raiffeisenbanken zur Verfügung. Raiffeisen unterstützt zudem Mitarbeitende, die ein CAS in Führung im Banking erwerben möchten.

Um junge Talente zu gewinnen und zu fördern, bietet Raiffeisen ein Traineeprogramm an und setzt einen Schwerpunkt beim Talentmanagement. Zudem bildet Raiffeisen Jahr für Jahr zahlreiche junge Menschen aus. So haben im Sommer 2022 207 Lernende ihre Ausbildung bei Raiffeisen erfolgreich abgeschlossen. Und das nicht nur als Kaufmann oder Kauffrau EFZ Branche Bank, sondern in verschiedensten Ausbildungsberufen: von der Informatikerin Fachrichtung Applikationsentwicklung oder Systemtechnik über den ICT-Fachmann bis zur Kauffrau Dienstleistung und Administration. ■

17,9 Mio. CHF

hat Raiffeisen 2022 in die **Aus- und Weiterbildung** ihrer Mitarbeitenden investiert

909

Kurse wurden **via Raiffeisen-Academy** durchgeführt

106’336

Stunden profitierten Mitarbeitende von Aus- und Weiterbildungen

«In der Lernwerkstatt tüftle und arbeite ich gemeinsam mit anderen Lernenden an kreativen Ideen und spannenden interdisziplinären Projekten. Ein solcher Austausch inspiriert, lehrt und bringt mich weiter.»

Silvio Koster
Lernender Mediamatiker 4. Lehrjahr, Raiffeisen Schweiz

«Mentoring bedeutet für mich, aus dem Businessalltag heraus interdisziplinär neue fachliche und menschliche Impulse zu erhalten.»

Andrea Steinmann Mascaro
Leiterin Firmen- und Immobilienkunden
Stv. Vorsitzende der Bankleitung, Raiffeisenbank Zürich

«RAIexpert hat mir die Möglichkeit gegeben, unterschiedliche Facetten meiner persönlichen und fachlichen Stärken auszubauen.»

Anita Skritek-Deim
Abteilungsleitung Quantitative Risk Modelling,
Raiffeisen Schweiz

«Mein Karrierestart als Trainee war dank der guten Betreuung durch meine Raiffeisenbank und Raiffeisen Schweiz genau zugeschnitten auf meine Fähigkeiten und Erwartungen.»

Thibaud Salamin
Kundenberater Raiffeisenbank Sierre und Region

Impressum

Raiffeisen Schweiz Genossenschaft
Gruppenkommunikation
Raiffeisenplatz
CH-9001 St.Gallen
Telefon: +41 71 225 84 84
Internet: raiffeisen.ch
E-Mail: medien@raiffeisen.ch

Redaktionsschluss: 28. März 2023
Herausgabe: 21. April 2023

Sprachen
Deutsch, Französisch und Italienisch. Massgebend ist die deutsche Version.

Berichterstattung
Die Berichterstattung besteht aus dem Geschäftsbericht 2022 der Raiffeisen Gruppe (bestehend aus Lagebericht, Corporate Governance, Jahresabschluss, aufsichtsrechtlicher Offenlegung), dem Geschäftsbericht 2022 von Raiffeisen Schweiz, dem Magazin zum Geschäftsjahr 2022, der aufsichtsrechtlichen Offenlegung per 31.12.2022 der Raiffeisen Gruppe, dem GRI-Inhaltsindex 2022 sowie der Offenlegung von Klimainformationen nach den Empfehlungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) 2022. Alle Publikationen sind auch online verfügbar unter:

report.raiffeisen.ch

Konzeption
Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St.Gallen
phorbis Communications AG, Basel

Chefredaktion
Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St.Gallen

Text
Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St.Gallen

Layout und Satz
phorbis Communications AG, Basel

Übersetzung
24translate Schweiz GmbH, St.Gallen
Raiffeisen Suisse société coopérative, Siège Suisse romande, Lausanne
Raiffeisen Svizzera società cooperativa, Siede Svizzera italiana, Bellinzona

Fotografie
Marc Wetli, Küsnacht
Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St.Gallen

Hinweise betreffend zukunftsgerichtete Aussagen
Die vorliegende Publikation enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Diese widerspiegeln Einschätzungen, Annahmen und Erwartungen der Raiffeisen Schweiz Genossenschaft zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Publikation. Aufgrund von Risiken, Unsicherheiten und anderen wesentlichen Faktoren können die künftigen Ergebnisse wesentlich von den zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Raiffeisen Schweiz Genossenschaft ist nicht verpflichtet, die zukunftsgerichteten Aussagen in dieser Publikation zu aktualisieren.

myclimate neutral Drucksache
myclimate.org/01-23-247544

FSC www.fsc.org MIX Papier | Fördert gute Waldnutzung FSC® C016087

gedruckt in der schweiz

Weitere Informationen finden Sie unter **report.raiffeisen.ch**

Vielen Dank für Ihr Vertrauen.

Wir machen den Weg frei