

ENGAGEMENTBERICHT

Zeitraum: 01.01.2025 - 31.12.2025

PORTFOLIO(S)

NAME DES PORTFOLIOS	ZUSAMMENSETZUNG PER	ANZAHL UNTERNEHMEN	ANZAHL DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN	VERWALTETE VERMÖGEN ANVISIERT
Migros Bank Portfolio Companies	19.02.2026	1'208	275	22.9%
TOTAL 1				

WICHTIGE ZAHLEN ZUM ENGAGEMENT

275

ANVISIERTE UNTERNEHMEN
(VON 1208)

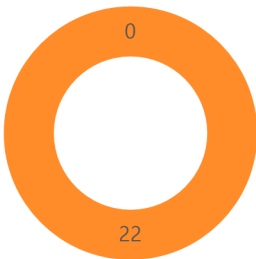
23%

VERWALTETE VERMÖGEN
ANVISIERT

22

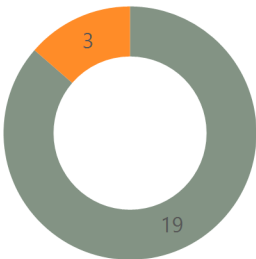
KAMPAGNEN

KENNZAHLEN ZU DEN RELEVANTEN KAMPAGNEN



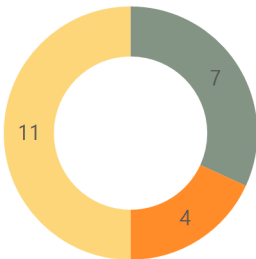
EINMALIG VS. WIEDERKEHREND

Einmalig	Wiederkehrend
----------	---------------



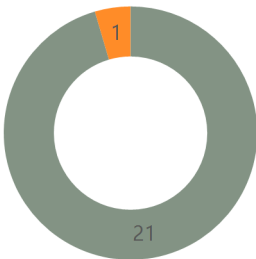
ART

Direkt	Kollektiv
--------	-----------



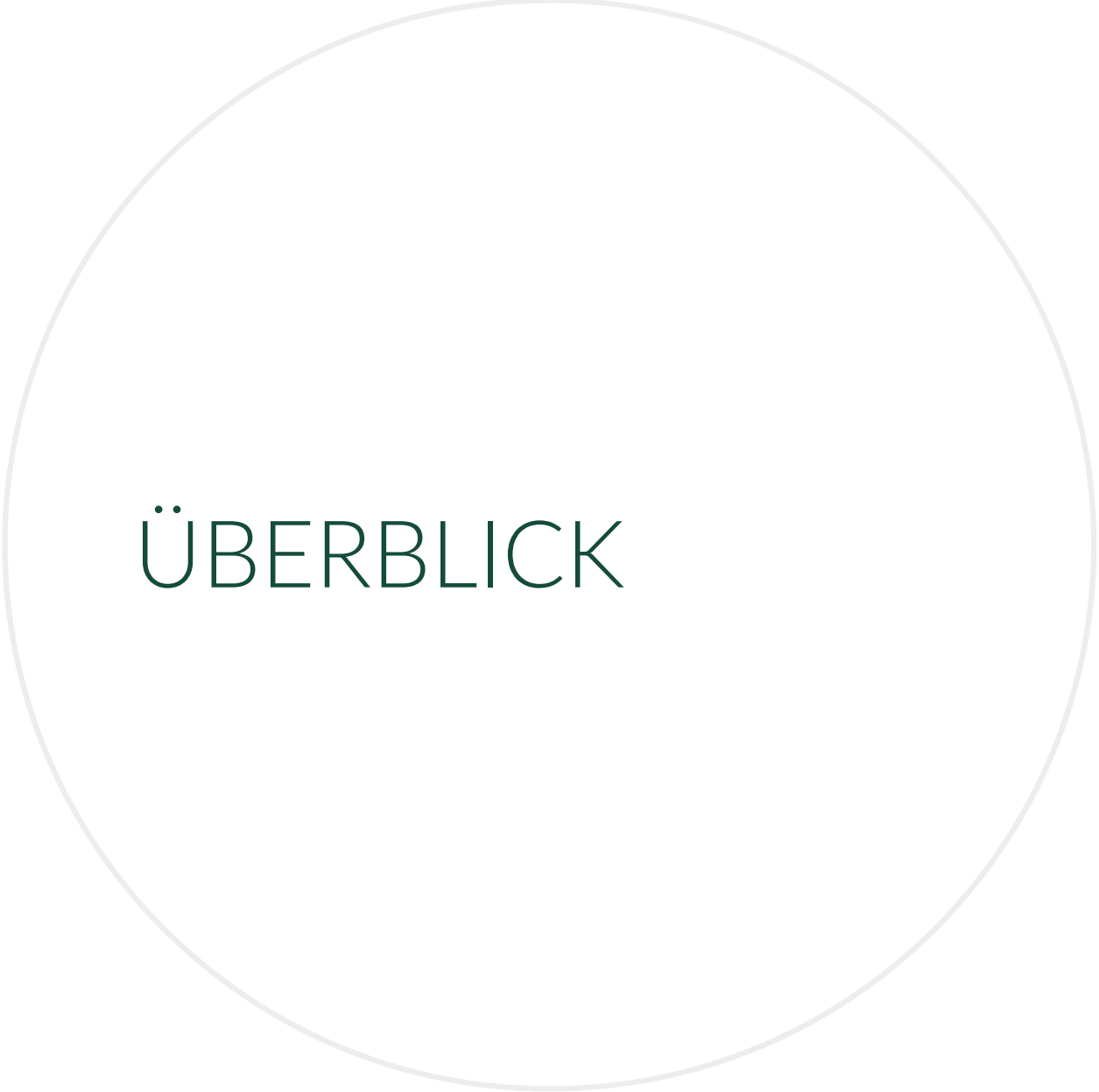
SÄULE

Umwelt	Soziales	Governance
--------	----------	------------



STATUS AM 31.12.2025

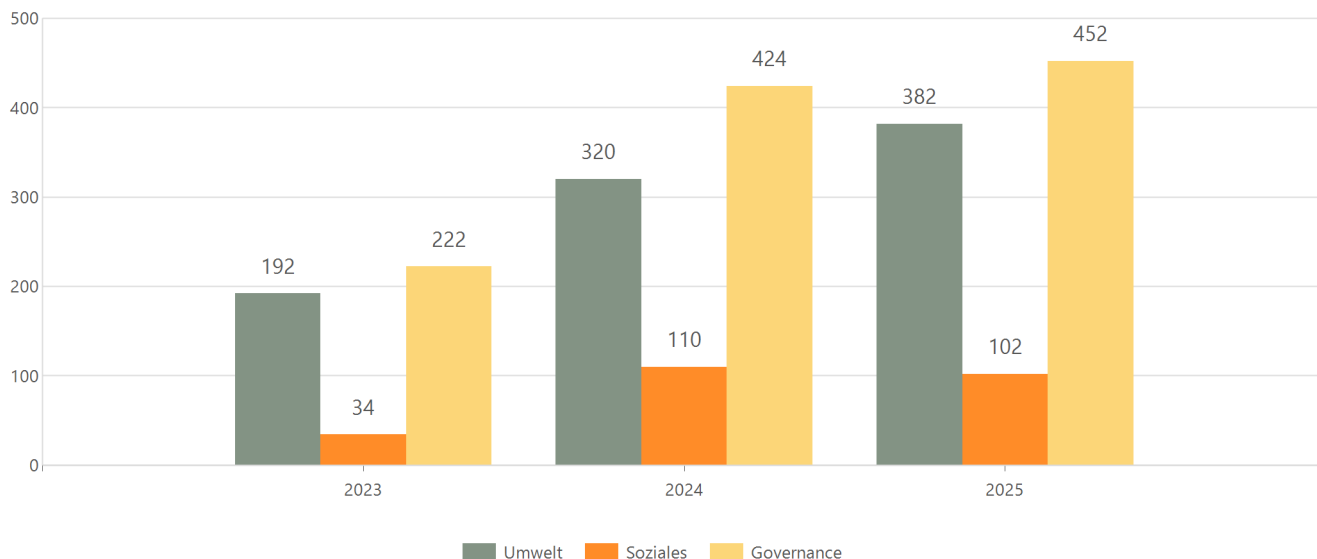
Laufend	Abgeschlossen
---------	---------------



ÜBERBLICK

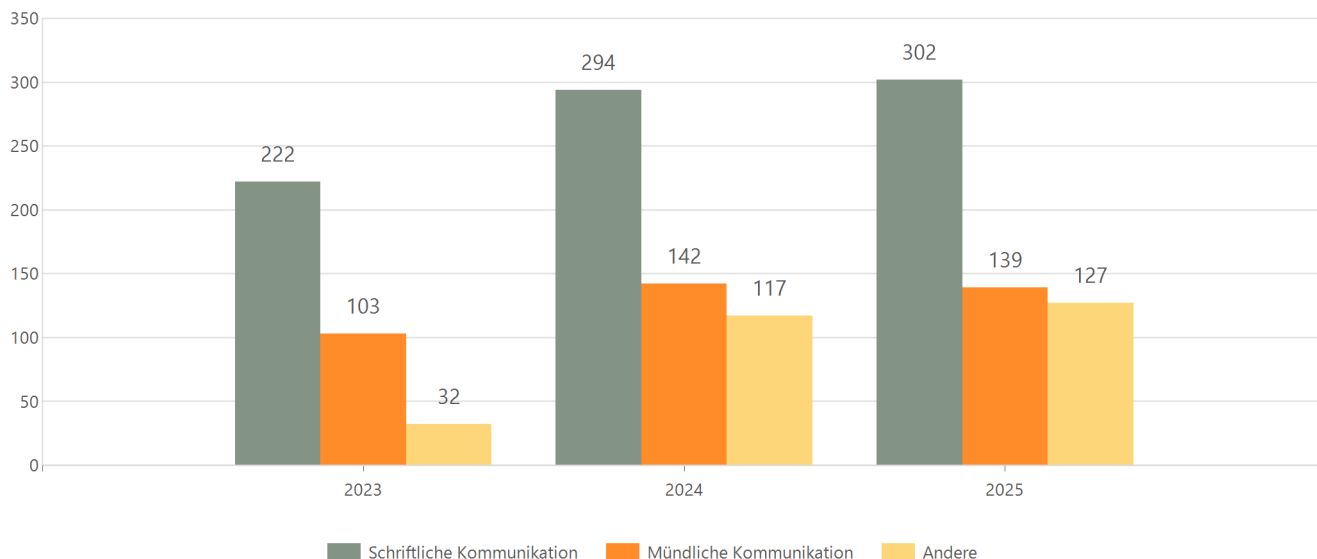
1. ÜBERBLICK

1.1 ENGAGEMENT-AKTIVITÄTEN NACH SÄULE *



* Wenn eine Engagement-Aktivität mehrere Säulen betrifft, wird sie in jeder Säule berücksichtigt.

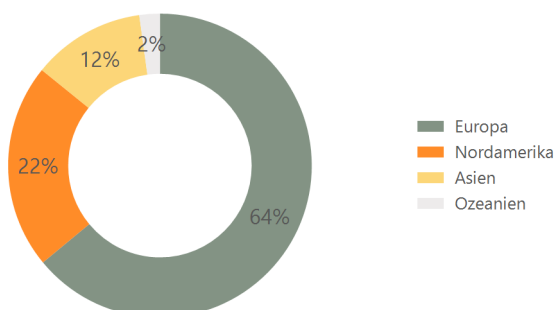
1.2 ENGAGEMENT-AKTIVITÄTEN NACH ART



1.3 VERTEILUNG DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN NACH THEMA

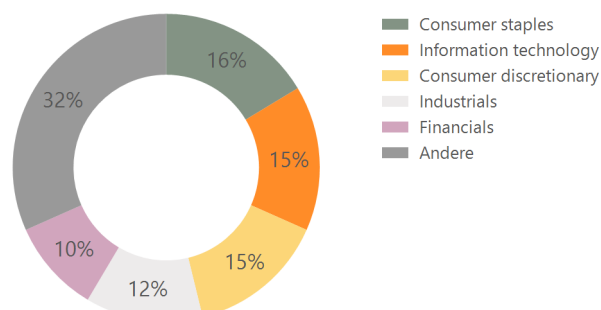
THEMEN	ANZAHL DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN		TOTAL	% AUM
	IN DEN KAMPAGNEN VON ETHOS	IN KOLLEKTIVEN KAMPAGNEN		
Umwelt			176	14.7 %
Klimawandel	138	34	172	14.3 %
Umweltauswirkung	26	31	57	4.9 %
Biodiversität	16	31	47	4.1 %
Abholzung	4	0	4	0.3 %
Soziales			263	21.9 %
Einhaltung der Menschenrechte	132	131	263	21.9 %
Arbeitnehmerrechte	131	0	131	10.9 %
Gesundheit & Sicherheit	125	0	125	10.4 %
Governance			144	12.0 %
ES reporting	135	0	135	11.2 %
Vergütung	133	0	133	11.1 %
Zusammensetzung und Funktionsweise des VR	133	0	133	11.1 %
Geschäftsethik	125	0	125	10.4 %
Steuerverantwortung	123	0	123	10.2 %
Nachhaltigkeitsstrategie	123	0	123	10.2 %
Diversität	123	0	123	10.2 %
Verhaltenskodex	123	0	123	10.2 %
Verfügbarkeit von ESG-Richtlinien	123	0	123	10.2 %
Digitale Verantwortung	44	0	44	3.8 %
Rechte der Aktionäre	19	0	19	1.6 %
Lobbying	10	0	10	0.8 %

1.4 VERTEILUNG DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN NACH STANDORT



STANDORT	ANZAHL	%
Europa	176	64.0%
Schweiz	121	44.0%
Vereinigtes Königreich	14	5.1%
Deutschland	12	4.4%

1.5 VERTEILUNG DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN NACH SEKTOREN



SEKTOR	ANZAHL	%
Consumer staples	45	16.4%
Food, beverage & tobacco	27	9.8%
Consumer Staples Distribution & Retail	15	5.5%
Household & personal products	3	1.1%

STANDORT	ANZAHL	%
Frankreich	7	2.5%
Niederlande	7	2.5%
Finnland	2	0.7%
Irland	2	0.7%
Österreich	2	0.7%
Schweden	2	0.7%
Spanien	2	0.7%
Belgien	1	0.4%
Italien	1	0.4%
Liechtenstein	1	0.4%
Luxemburg	1	0.4%
Norwegen	1	0.4%
Nordamerika	60	21.8%
Vereinigten Staaten	55	20.0%
Kanada	5	1.8%
Asien	33	12.0%
Japan	20	7.3%
China	7	2.5%
Südkorea	4	1.5%
Taiwan	2	0.7%
Ozeanien	6	2.2%
Australien	6	2.2%
TOTAL	275	100%

SEKTOR	ANZAHL	%
Information technology	42	15.3%
Technology hardware & equipment	23	8.4%
Semiconductors & semiconductor equipment	17	6.2%
Software & services	2	0.7%
Consumer discretionary	40	14.5%
Automobiles & components	14	5.1%
Consumer durables & apparel	11	4.0%
Consumer Discretionary Distribution & Retail	9	3.3%
Consumer services	6	2.2%
Industrials	34	12.4%
Capital goods	30	10.9%
Commercial & professional services	2	0.7%
Transportation	2	0.7%
Financials	27	9.8%
Financial Services	11	4.0%
Banks	10	3.6%
Insurance	6	2.2%
Health care	25	9.1%
Pharmaceuticals, biotechnology & life sciences	13	4.7%
Health care equipment & services	12	4.4%
Energy	20	7.3%
Energy	20	7.3%
Materials	19	6.9%
Materials	19	6.9%
Real estate	15	5.5%
Real Estate Management & Development	15	5.5%
Communication services	5	1.8%
Media & entertainment	3	1.1%
Telecommunication services	2	0.7%
Utilities	3	1.1%
Utilities	3	1.1%
TOTAL	275	100%



ENGAGEMENT PER SÄULE

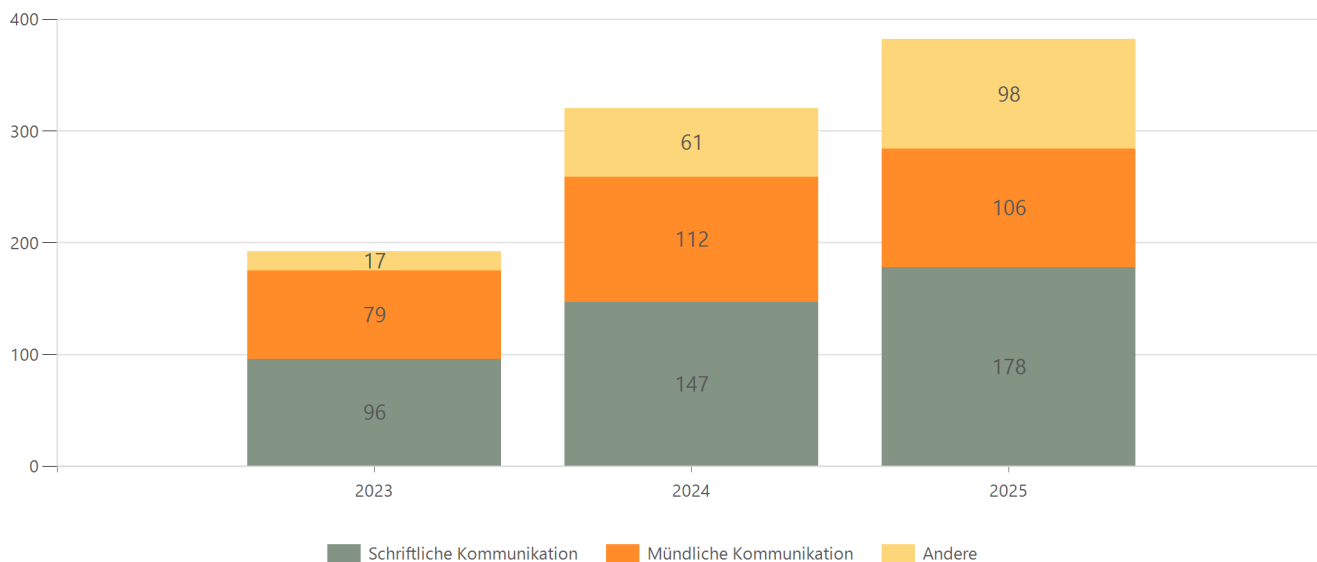
2. UMWELT

2.1 ÜBERBLICK ÜBER DIE ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

NAME DER KAMPAGNE	ANZAHL UNTERNEHMEN		KAMPAGNE UNTERSCHRIEBEN AM
	IM PORTFOLIO	TOTAL	
Abholzung in den Rindfleisch- und Soja-Wertschöpfungsketten	4	7	01.01.2025
Glaubwürdige Netto-Null-Strategien	10	10	01.01.2025
Strategie und Risikomanagement von Schweizer Unternehmen in Sachen Klimawandel	123	150	18.12.2024
Strategie und Risikomanagement von Schweizer Unternehmen in Sachen Natur und Biodiversität	3	3	18.12.2024
Valuing Water Finance Initiative	38	67	01.01.2025
Von der Plastikverschmutzung zum Plastik-Kreislauf	6	6	01.01.2025
Wissenschaftlich fundierte Klimaziele der Schweizer Unternehmen	41	50	07.02.2025
TOTAL 7			

Die von Ethos initiierten Kampagnen sind fettgedruckt.

2.2 ENGAGEMENT-AKTIVITÄTEN MIT PORTFOLIO-UNTERNEHMEN ZU THEMEN IM BEREICH UMWELT *



* In Anhang 6 finden Sie die Zuordnung der Themen zu den gängigen Säulen "Umwelt", "Soziales" und "Governance" sowie der Aktionsarten zu den Kategorien "Schriftliche Kommunikation", "Mündliche Kommunikation" und "Andere".

2.3 EINZELHEITEN DER ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

ABHOLZUNG IN DEN RINDFLEISCH- UND SOJA-WERTSCHÖPFUNGSKETTEN

SDG

SDG 13: Klimaschutz
SDG 15: Leben an Land

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen
Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins

ZUSAMMENFASSUNG

Engagement-Kampagne von Ethos, um verschiedene Unternehmen in der Rindfleisch- und Soja-Wertschöpfungskette, die wesentlich an Abholzung beteiligt sind, dazu zu bewegen, wirksame Praktiken zur Verhinderung von Abholzung einzuführen.

BESCHREIBUNG

Wälder bedecken fast einen Drittel der Landfläche der Erde, insgesamt vier Milliarden Hektar. Davon sind etwas mehr als eine Milliarde Hektar Urwald, d. h. ursprünglicher, von menschlicher Aktivität weitgehend unberührter Wald. Die Wälder beherbergen schätzungsweise 80 % der weltweiten terrestrischen Artenvielfalt und sind für die Erhaltung von Pflanzen- und Tierarten von entscheidender Bedeutung. Urwälder sind von besonderer Bedeutung, da sie eine grössere Artenvielfalt aufweisen und ein beträchtlicher Teil der Arten nur dort vorkommt. Wälder versorgen die Menschen auch mit Lebensraum, Nahrung, Medizin und Brennstoff. Wälder erbringen eine breite Palette von Leistungen für das Ökosystem, die für alle Lebensformen wichtig sind. Sie schützen Wassereinzugsgebiete, die Flüsse mit Frischwasser versorgen, produzieren Sauerstoff, verhindern Bodenerosion und dienen als Barriere für Hochwasser. Da sie als natürliche CO₂-Speicher fungieren, spielen Wälder auch eine entscheidende Rolle bei der Eindämmung des Klimawandels. Wälder speichern doppelt so viel CO₂ wie sie ausstossen und binden jedes Jahr 7,6 Milliarden Tonnen Kohlenstoff, was nur knapp unter den kombinierten Emissionen der USA und Indiens liegt. Ausserdem absorbieren und erzeugen tropische Regenwälder Niederschläge und regulieren so das lokale und globale Wetter.

Unter Abholzung versteht man die Beseitigung von Wald mit dem Ziel das Land einer anderen Nutzung zuzuführen, etwa im Bereich der Landwirtschaft oder des Bergbaus. Im Zeitraum 2015 bis 2020 erreichte die Abholzungsrate schätzungsweise 10 Millionen Hektar pro Jahr, was ungefähr der Grösse Islands entspricht. Ausserdem wird der Verlust an Urwald zwischen 1990 und 2020 auf 81 Millionen Hektar geschätzt. Allerdings verläuft die Abholzung nicht in allen Regionen gleich. Der grösste Teil des Waldverlustes findet derzeit in Lateinamerika, Sub-Sahara Afrika, Südostasien und Ozeanien statt. Das Amazonasgebiet, Sumatra, Borneo und das Kongobecken sind besonders vom Rückgang des tropischen Urwaldes betroffen und machen etwa zwei Drittel des weltweiten Verlustes aus.

Angesichts der Auswirkungen der Abholzung auf die Umwelt, die Gesellschaft und die Wirtschaft ist Ethos der Ansicht, dass die Abholzung ein wichtiges Thema für verantwortungsbewusste Investoren ist. Insbesondere Unternehmen, die entlang der Wertschöpfungskette besonders exponierter Agrarrohstoffe (Rindfleisch und Soja) tätig sind, müssen eine wirksame Strategie zur Verhinderung von Abholzung umsetzen. Dies setzt voraus, dass die Unternehmen in ihren Betrieben und Lieferketten systematisch nach Abholzung suchen und umfassende Massnahmen ergreifen, um diese zu stoppen. Ethos und die Mitglieder des Ethos Engagement Pool International lancieren deshalb eine Engagement-Kampagne, um verschiedene Unternehmen in der Rindfleisch- und Soja-Wertschöpfungskette, die stark von der Abholzung betroffen sind, zur Umsetzung einer umfassenden Abholzungsstrategie zu bewegen. Zu diesem Zweck wurden internationale Best Practices identifiziert und spezifische Investorenerwartungen formuliert. Insbesondere werden Produzenten, Grosshändler und Detailhändler von besonders exponierter Agrarrohstoffen aufgefordert, die folgenden Grundsätze zu übernehmen:

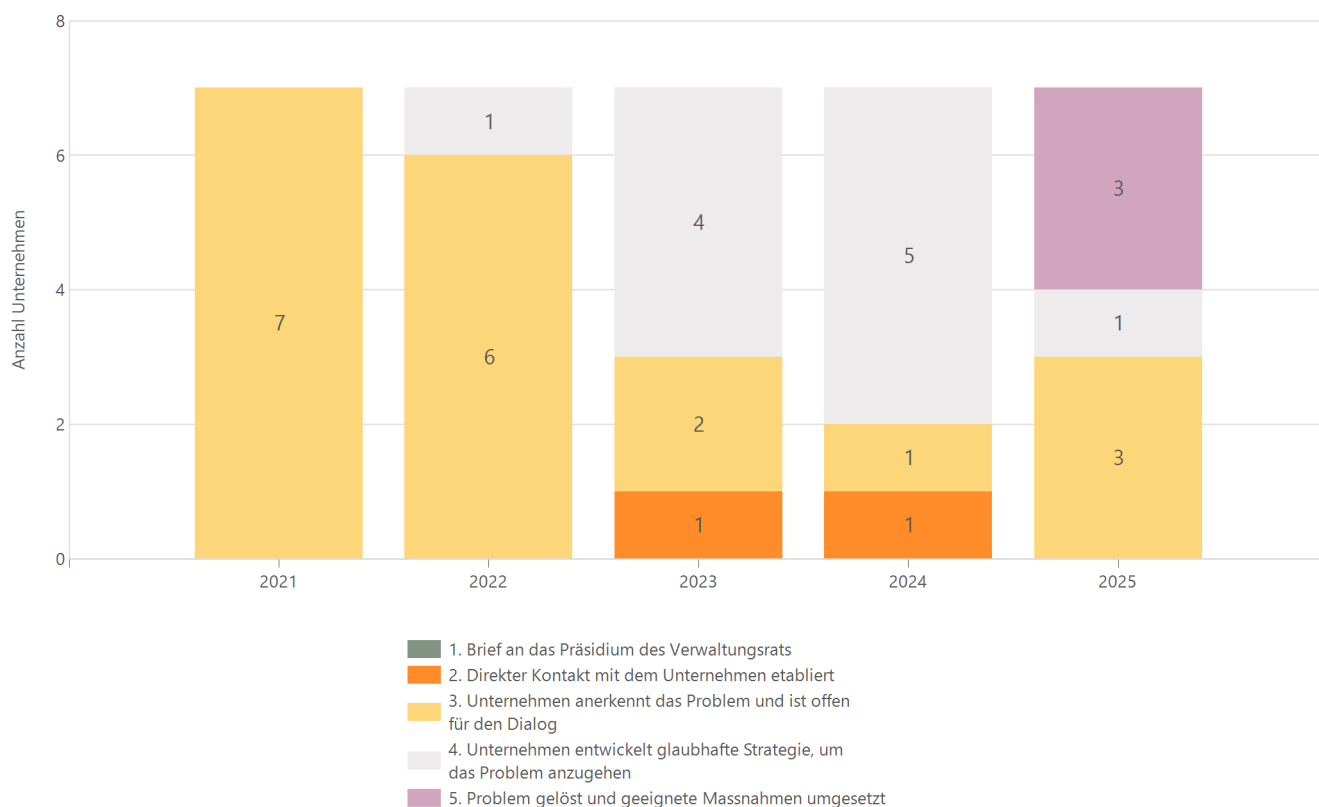
- Einführung einer 'Keine Abholzung' Richtlinie (No deforestation policy): die Unternehmen sollten sich verpflichten, die Abholzung vollständig einzustellen und eine Richtlinie einzuführen, welche die Abholzung und Umnutzung von Wald- und anderen Ökosystemen verbietet und eines präzisen Zeitrahmens für die Umsetzung dieser Strategie festzulegen.
- Verpflichtung zur vollständigen Rückverfolgbarkeit in der Lieferkette: die Unternehmen sollten ihre Lieferketten, einschliesslich ihrer direkten und indirekten Zulieferer, vollständig dokumentieren, damit ihre Produkte bis zum Herkunftsbetrieb oder der Ursprungsplantage zurückverfolgt werden können.
- Einführung eines Überwachungs- und Überprüfungssystems, einschliesslich eines Beschwerdemechanismus: die Unternehmen sollten überwachen und verifizieren, ob ihre Zulieferer und ihre eigenen Betriebstätigkeiten ihre «No Deforestation» Richtlinie einhalten und einen Beschwerdemechanismus einführen, der allen Anspruchsgruppen zugänglich ist, damit Verstösse gegen die «No Deforestation» Richtlinie identifiziert und behoben werden können.
- Dialog mit den Anspruchsgruppen und Engagement für ein Verhindern der Abholzung: die Unternehmen sollten bei Zulieferern, welche sich nicht an die Strategie halten, einen «Suspend then engage»-Ansatz anwenden (erst suspendieren, dann eingreifen) anwenden.
- Unterstützung einer freiwilligen Nachhaltigkeitszertifizierung: die Unternehmen sollten glaubwürdige Zertifizierungssysteme unterstützen, indem sie den Organisationen, welche diese Labels entwickeln, beitreten und ihre Produktion und Betriebe zertifizieren lassen.
- Transparenz bezüglich der Umsetzung der 'Keine Abholzung'-Richtlinie und der Verpflichtung zur Rückverfolgbarkeit: die Unternehmen sollten jährlich einen Bericht über die Umsetzung ihrer «No Deforestation» Strategie und die Erreichung der Rückverfolgbarkeit der Lieferkette veröffentlichen.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Am 31.12.2024:

- Im Laufe des Jahres fanden 25 Engagement-Aktivitäten statt, darunter acht Telefonkonferenzen mit Unternehmen.
- Im vierten Jahr der Kampagne bleiben die Ergebnisse stabil: Nur ein Unternehmen hat sich verbessert, während alle anderen gleichgeblieben sind, was den komplexen Gesetzeskontext widerspiegelt: Das EU-Gesetz gegen Abholzung um ein Jahr verschoben.

ENGAGEMENT-FORTSCHRITT



GLAUBWÜRDIGE NETTO-NULL-STRATEGIEN

SDG

SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie
SDG 13: Klimaschutz

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen
Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins
Prinzip 9: Förderung umweltfreundlicher Technologien

ZUSAMMENFASSUNG

Engagement-Kampagne von Ethos, um mehrere Unternehmen dazu zu bewegen, glaubwürdige Netto-Null-Strategien umzusetzen. Damit wird ein Beitrag zur Dekarbonisierung CO₂-intensiver Industrien geleistet und die Klimarisiken für institutionelle Investoren gemindert.

BESCHREIBUNG

Der Klimawandel stellt ein wesentliches Risiko für Unternehmen, ihre Strategien und ihre Vermögenswerte dar. Daher ist es wichtig, dass sich alle Unternehmen mit diesem Thema befassen und ehrgeizige und umfassende Netto-Null-Strategien umsetzen.

Die Dekarbonisierung von Unternehmen ist auch für institutionelle Investoren von Bedeutung:

Klimabedingte Portfoliorisiken

- Unternehmen sind mit Übergangsrisiken konfrontiert (Recht, Technologie, Markt, Reputation)
- Unternehmen sind mit physischen Risiken konfrontiert (Überschwemmungen, Dürren etc.)
- Unternehmen sind mit gestrandeten Vermögenswerten konfrontiert

Exponierung der institutionellen Investoren selbst

- Reputation
- Druck der Politik und der Zivilgesellschaft

Umsetzung der eigenen Netto-Null-Ziele der institutionellen Investoren

- Stewardship ist einer der wichtigsten Hebel (neben der Portfolio-Dekarbonisierung und grünen Anlagen)
- Notwendigkeit, den Anteil an Unternehmen im Portfolio zu erhöhen, die Netto-Null-Ziele haben
- Hebel mit direkter Auswirkung auf die Realwirtschaft

Schliesslich wird es zunehmend als Teil der treuhänderischen Pflicht institutioneller Investoren angesehen, Unternehmen zur Dekarbonisierung zu bewegen.

Im Rahmen der Kampagne «Glaubwürdige Netto-Null-Strategien» werden institutionelle Investoren Unternehmen in CO₂-intensiven Sektoren wie der Öl- und Gasindustrie, der Automobilindustrie, dem Bankensektor und dem Bergbau, die derzeit über keine wissenschaftlich fundierten Ziele verfügen, auffordern, glaubwürdige Netto-Null-Strategien zu entwickeln. Im Rahmen dieser Kampagne werden die institutionellen Investoren die anvisierten Unternehmen auffordern, Netto-Null-Strategien (oder Transitionspläne) umzusetzen, die Folgendes beinhalten:

- Wissenschaftlich fundierte Reduktionsziele (validiert durch die SBTi oder ähnliche Instanz)
- Ausreichend Fachwissen zum Klimawandel auf Ebene des Verwaltungsrats
- Verknüpfung der Reduktionsziele mit der variablen Vergütung des Managements
- Aktionärsabstimmung über die Klimastrategie (Say on Climate)
- Konkreter Massnahmenkatalog zur Erreichung der Reduktionsziele
- Abstimmung der Investitionspläne auf das 1,5°C-Szenario
- Kein Lobbying - direkt oder über Wirtschaftsverbände - gegen progressive Klimapolitik
- Klimaberichterstattung in Übereinstimmung mit den TCFD-Empfehlungen
- Offenlegung der Umweltauswirkungen der digitalen Technologie

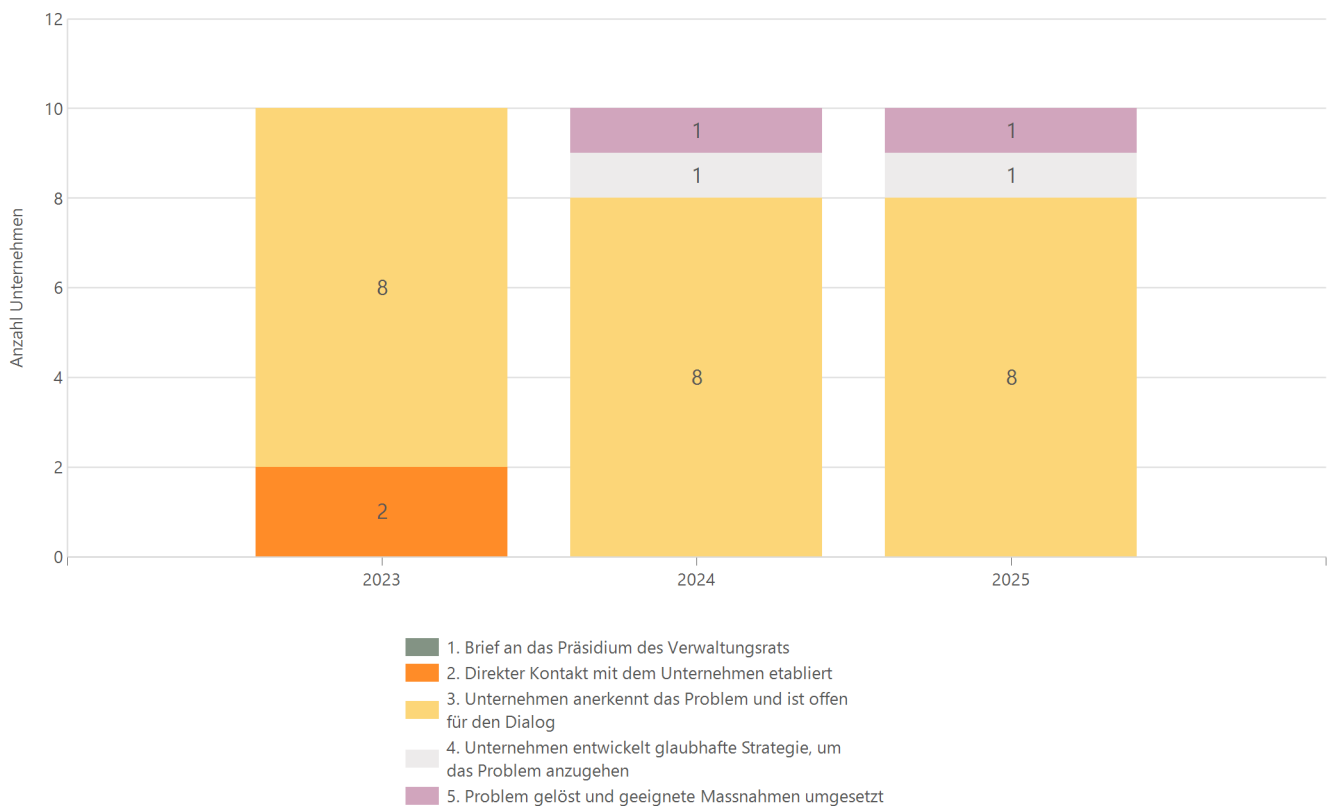
Die Kampagne «Glaubwürdige Netto-Null-Strategien» wird ein Werkzeug für die Beschleunigung des Aktionärs-Dialog zum Klimaschutz sein.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Am 31.12.2024:

- Mit allen anvisierten Unternehmen wurde der Dialog weitergeführt, um ihre Strategien und Massnahmen zu diesem Thema zu diskutieren und ihnen gleichzeitig die Erwartungen von Ethos zu vermitteln.
- Im Laufe des Jahres fanden 81 Engagement-Aktivitäten statt, darunter 35 E-Mail- und Briefaustausche sowie 36 Telefonkonferenzen und Treffen mit den relevanten Unternehmen.
- Bei Shell wurde ein Aktionärsantrag eingereicht, der das Unternehmen auffordert, seine Klimaziele am Pariser Abkommen auszurichten, gefolgt von einer diesbezüglichen Investorenerklärung.
- An der GV von HSBC wurde eine Stellungnahme von Investoren zu den Green Finance Richtlinien der Bank unterstützt.
- An der GV von TotalEnergies wurde ein Aktionärsantrag eingereicht, der darauf abzielt, die Funktionen Verwaltungsratspräsidium und CEO zu trennen, um die Wahrscheinlichkeit für eine ehrgeizigere Klimastrategie zu fördern. Jedoch hat der Verwaltungsrat von TotalEnergies entschieden den Antrag nicht anzunehmen.

ENGAGEMENT-FORTSCHRITT



STRATEGIE UND RISIKOMANAGEMENT VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN IN SACHEN KLIMAWANDEL

SDG

SDG 13: Klimaschutz

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen

Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins

Prinzip 9: Förderung umweltfreundlicher Technologien

ZUSAMMENFASSUNG

Die Umsetzung des Pariser Abkommens zur Eindämmung der Erderwärmung auf unter 2° gegenüber der vorindustriellen Zeit übt besonderen Druck auf den Privatsektor aus, insbesondere auf Investoren und Unternehmen. Das Engagement von Ethos konzentriert sich auf folgende Aspekte:

- Strategie zur Reduktion der Treibhausgasemissionen (THG) in der gesamten Wertschöpfungskette und Risikomanagement in Bezug auf den Klimawandel.
- Berücksichtigung des Klimawandels in der Finanzierung (Bank) und im Versicherungsgeschäft.
- Transparenz in Bezug auf Treibhausgasemissionen, ergriffene Maßnahmen zur Reduzierung, erzielte Fortschritte und für die Zukunft geplante Maßnahmen.
- Abstimmung über die Klimastrategie der größten THG-Emittenten ("Say on Climate")

BESCHREIBUNG

A) Transparenz in Bezug auf die Treibhausgas-Emissionen

- Die Unternehmen werden aufgefordert, ihre THG-Emissionen aus den Bereichen 1 und 2 in einem jährlichen Rhythmus zu veröffentlichen
- Die Unternehmen werden aufgefordert, ihre Emissionen in Bereich 3 so umfassend wie möglich zu veröffentlichen, insbesondere in der Lieferkette (upstream) oder bei der Verwendung der Produkte (downstream).
- Die Unternehmen werden ermutigt, am CDP teilzunehmen, was ihre Berichterstattung strukturiert und besser vergleichbar macht. In den Jahren 2022 und 2023 hat etwa die Hälfte der Unternehmen im Schweizer EEP-Universum am CDP teilgenommen. Einige Unternehmen ziehen ihre eigene Berichterstattung derjenigen des CDP vor.

B) Strategie zur Reduktion der THG-Emissionen in der gesamten Wertschöpfungskette und Risikomanagement in Sachen Klimawandel

- Die Unternehmen sind zu ermutigen, wirkungsvolle und ambitionierte (absolute und relative) Ziele zur Emissionsreduktion festzulegen:
- Festlegung von Zielen zur Emissionsreduktion, welche mit der Eindämmung der Erwärmung auf 1,5° vereinbar sind («Science Based Targets»),
- Überprüfen, ob die Reduktionsziele mindestens 80% der direkten und indirekten Treibhausgasemissionen (Bereiche 1, 2 und 3) abdecken.
- Die Unternehmen sind aufzufordern, die Einzelheiten ihrer Klimastrategie sowie der bereits getroffenen und geplanten Massnahmen zur Erreichung ihrer Emissionsreduktionsziele zu veröffentlichen.
- Die Unternehmen sind zu ermutigen, spezifische Erwartungen in Bezug auf den Klimawandel in ihren Verhaltenskodex für Lieferanten aufzunehmen und sicherzustellen, dass Massnahmen getroffen werden, um die Einhaltung der Bestimmungen im Verhaltenskodex zu überprüfen (Monitoring und Audit).

C) Berücksichtigung des Klimawandels bei Finanzierungs- und Versicherungstätigkeiten

Der Schweizer Finanzsektor hat bei der Umsetzung des Pariser Abkommens eine wichtige Rolle zu spielen, da dieses insbesondere die Verträglichkeit der Finanzströme mit dem Klimaschutz fordert. Dies setzt vor allem voraus, dass die Banken und Versicherungen ihr Risiko- und Chancenmanagement bezüglich des Klimawandels überprüfen. Von den Finanzinstituten wird erwartet, dass sie ihre Kunden und Investitionen im Detail analysieren, um diejenigen zu identifizieren, welche am stärksten zum Klimawandel beitragen. Es ist notwendig, dass die Finanzinstitute folgende Massnahmen einführen:

- Die Veröffentlichung der indirekten CO₂-Emissionen aus der Unternehmensfinanzierung (Kredite) und aus dem Asset Management;
- Ein Risikomanagement, welches die Transaktionen mit Kunden aus bestimmten, für den Klimaschutz kritischen Sektoren (z. B. Kohleabbau und nicht-konventionelle fossile Energien) begrenzt;
- Eine integrierte Due-Diligence-Prüfung bezüglich Umwelt- und Sozialfragen für Kunden aus dem Energiesektor (Projekte und Unternehmen);
- Eine Berichterstattung über die Anzahl neuer Transaktionen mit gemäss den ESG-Kriterien riskanten Kunden, ergänzt durch deren Einschätzung, Genehmigung, bedingten Genehmigung oder Ablehnung;
- Eine umfassende Richtlinie für die Vermögensverwaltung (Asset Management und Versicherung), welche die ESG-Risiken in der Anlagestrategie berücksichtigt und die Grundsätze des Engagements, der verantwortungsvollen Ausübung der Stimmrechte und der Ausschlüsse umfasst;
- Eine Berichterstattung gemäss den Empfehlungen der TCFD, einschliesslich der Exposition des Kredit- und/oder des Anlageportfolios gegenüber sehr kohlenstoffintensiven Sektoren.

E) Abstimmung über die Klimastrategie der grössten Treibhausgasemittenten («Say on Climate»)

Die Durchführung einer «Say on Climate»-Abstimmung erlaubt den Aktionären, sich zu den Bemühungen der Unternehmen, ihre THG-Emissionen zu verringern, und zu ihrem Umgang mit den Klimarisiken zu äussern. Ziel des «Say on Climate» ist es, den Aktionären die Möglichkeit zu bieten, die Wirksamkeit der Klimastrategie des Unternehmens zu beurteilen, gegebenenfalls aber auch den Druck auf den Verwaltungsrat zu erhöhen, wenn die getroffenen Massnahmen als nicht genügend ambitioniert erachtet werden.

Mit dem Inkrafttreten von Artikel 964c des Obligationenrechts, der die Genehmigung des Nachhaltigkeitsberichts durch die Generalversammlung vorsieht, stellt sich die Frage, ob eine spezifische Abstimmung über den Klimabericht weiterhin sinnvoll ist. Ethos ist der Meinung, dass dies für die grössten THG-Emittenten der Fall ist. Denn sie sollten ihre Aktionäre regelmässig zu ihrer Klimastrategie befragen.

Dies gilt insbesondere für die Generalversammlungen 2025, wenn die Unternehmen gemäss der Verordnung ihren ersten Klimabericht vorlegen werden.

Dementsprechend wird der Dialog im Jahr 2024 darauf abzielen:

- Die grössten CO₂-Emittenten werden aufgefordert, für ihre Generalversammlung getrennte Abstimmungen über den Nachhaltigkeitsbericht und den Klimabericht zu traktandieren.
- Bei Holcim und Nestle, die zu den grössten CO₂-Emittenten gehören und in der Kampagne Climate Action 100+ aufgeführt sind, wird Ethos prüfen, ob es angesichts des bestehenden Dialogs notwendig ist, einen Antrag zu stellen, wie dies bereits 2021 bei Nestlé der Fall war, damit zwei getrennte Abstimmungen durchgeführt werden können.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

2024 setzte Ethos den intensiven Klimadialog mit den in der Schweiz börsenkotierten Gesellschaften fort. Zu diesem Thema wurden 439 Engagement-Aktionen durchgeführt, vor allem bei den grössten an der Börse vertretenen THG-Emittenten.

Holcim und Nestlé tragen am meisten zu den Emissionen bei, weshalb sich Ethos letztes Jahr erneut intensiv mit diesen beiden Unternehmen beschäftigte und bedeutende Ergebnisse erzielen konnte.

Zwischen 2022 und 2023 nahmen die Gesamtemissionen von Holcim um 3 Millionen Tonnen (von 130 auf 127 Millionen Tonnen) ab. Auch bei Nestlé war im gleichen Zeitraum ein deutlicher Rückgang um fast 15 Millionen Tonnen (von 102.4 auf 87.5 Millionen Tonnen) zu verzeichnen. Darüber hinaus haben sich diese beiden Unternehmen von der SBTi genehmigte CO₂-Reduktionsziele gesetzt.

Ethos befürchtet jedoch, dass die künftige Auslagerung des USA-Geschäfts von Holcim in eine unabhängige Gesellschaft negative Folgen haben könnte. Da die Umweltgesetze dort weniger streng sind, könnte dies die vom Unternehmen in jenem Land unternommenen Anstrengungen verzögern.

STRATEGIE UND RISIKOMANAGEMENT VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN IN SACHEN NATUR UND BIODIVERSITÄT

SDG

SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen
SDG 6: Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen
SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden
SDG 12: Verantwortungsvoller Konsum und Produktion

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins

ZUSAMMENFASSUNG

Nach dem Klimawandel gehören die Biodiversität und der Schutz der Natur mittlerweile zu den wichtigsten Umweltanliegen institutioneller Investoren.

BESCHREIBUNG

Die Hälfte des weltweiten Bruttoinlandsprodukts hängt von der Natur und ihren Leistungen ab. Die Erschöpfung des Naturkapitals birgt erhebliche operative, regulatorische, rechtliche und Reputationsrisiken für Investoren und Unternehmen gleichermaßen und hat weltweit negative wirtschaftliche Auswirkungen. Der Verlust von Bestäubern bedroht jährlich Hunderte von Milliarden an weltweiten Ernteerträgen und stellt ein operatives Risiko für Unternehmen dar, die landwirtschaftliche Rohstoffe beziehen. Schätzungen zufolge könnten in den nächsten fünf bis zehn Jahren Vermögenswerte in Höhe von mehreren zehn Milliarden Dollar verloren gehen, wenn Unternehmen weiterhin mit der Abholzung verbundene Rohstoffe produzieren.

Zwei Arbeitsgruppen haben übrigens stark zur Förderung der Naturkomponente beigetragen:

- Die TNFD (Taskforce on Nature-related Financial Disclosures) mit der Veröffentlichung von 14 Empfehlungen im Herbst 2023, die Unternehmen dabei helfen sollen, die Natur in ihre Entscheidungen einzubeziehen. Die TNFD folgt der Logik der TCFD (Taskforce on Climate-related Financial Disclosures) mit vier verschiedenen Säulen: Governance, Strategie, Risiko- und Wirkungsmanagement sowie Überwachung der Ziele.
- Die IIGCC (Institutional Investors Group on Climate Change) hat in Partnerschaft mit Ceres die Kampagne Nature Action 100 (NA 100) lanciert, eine internationale Initiative für ein gemeinsames Engagement für einen Dialog mit gezielt angesprochenen Unternehmen und Führungsinstanzen, um die Umweltschäden und den Rückgang der Biodiversität zu reduzieren. Unter den kürzlich bekanntgegebenen 100 beteiligten Unternehmen hat sich Ethos als «Lead» bei drei Schweizer Unternehmen (Nestlé, Novartis und Roche) angeboten. Neben dem Dialog mit den Unternehmen will die NA100-Initiative erreichen, dass die Unternehmen greifbare Ziele und Aktionen umsetzen, die im Rahmen der guten Unternehmensführung festgelegt und veröffentlicht werden sollen.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Im Rahmen der Kampagne Nature Action 100 hat sich Ethos angeboten, das Gespräch mit den drei Schweizer Unternehmen Nestlé, Novartis und Roche zu suchen und hat für 2024 Diskussionen zu diesem Thema organisiert. Neben dem Dialog will die Kampagne Nature Action 100 erreichen, dass die Unternehmen im Rahmen des Konzepts der guten Unternehmensführung öffentlich bekannt gegebene Ziele und greifbare Massnahmen definieren, um für Transparenz gegenüber dem Aktionariat zu sorgen. Die Kampagne veröffentlichte eine Bewertung der 100 von ihr beobachteten Unternehmen anhand messbarer Indikatoren. Dies stellt eine solide Grundlage für die Aufnahme eines Dialogs zu diesem Thema dar.

Die von den Principles for Responsible Investment (PRI) koordinierte Kampagne Spring will Unternehmen und Regierungen veranlassen, naturfreundliche Ergebnisse zu erzielen. Sie will den Beitrag der Investoren zum weltweiten Ziel, den Biodiversitätsverlust bis 2030 zu stoppen und umzukehren, maximieren, indem sie sich in einem ersten Schritt auf die Themen im Zusammenhang mit der Entwaldung konzentriert. Bei dieser Kampagne hat Ethos den Auftrag, den Dialog mit Clariant zu führen, weil dieses Unternehmen für die Herstellung seiner Chemieprodukte Palmöl nutzt und daher besonders betroffen ist. Der Konzern will mit seiner Lieferkette nicht mehr zur Entwaldung beitragen und ist Mitglied der «Roundtable on Sustainable Palm Oil» (RSPO). In den nächsten Jahren wird jedoch ein regelmässiges Engagement stattfinden, um die Fortschritte von Clariant bei diesem Thema zu verfolgen.

VALUING WATER FINANCE INITIATIVE

SDG

SDG 6: Sauberes Wasser und Sanitäranlagen
SDG 12: Verantwortungsvoller Konsum und Produktion
SDG 14: Leben unter Wasser

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 1: Unterstützung und Achtung der Menschenrechte
Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen
Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins
Prinzip 9: Förderung umweltfreundlicher Technologien

ZUSAMMENFASSUNG

Eine Gruppe institutioneller Investoren, welche durch Ceres koordiniert wird, lanciert eine Initiative, um mit Unternehmen, die grosse Mengen an Wasser nutzen und verschmutzen, in einen Dialog zu treten. Die Initiative zielt darauf ab, die Unternehmen zu motivieren, Wasser mehr zu schätzen, Wasser als finanzielles Risiko zu betrachten und notwendigen Veränderungen zum Schutz der Wassersysteme voranzutreiben.

BESCHREIBUNG

Wasser ist ein wesentliches systemisches Risiko und eine Herausforderung für institutionelle Investoren und Finanzinstitute. Wasser ist eine einzigartige Ressource, die alle Faktoren des Wirtschaftswachstums stützt - Nahrungsmittelproduktion, Energieerzeugung, industrielle Aktivitäten, menschliche Gesundheit und politische Stabilität. Dennoch wird Wasser in weiten Teilen der Welt chronisch schlecht gemanagt, und die zunehmenden Auswirkungen des Klimawandels machen die Wasserversorgung immer instabiler. Institutionelle Investoren, die in den meisten Sektoren und in vielen Regionen der Welt investiert sind, sind mit potenziell grossen und oft unerkannten Wasserrisiken konfrontiert.

Im Rahmen der Valuing Water Finance Initiative werden institutionelle Investoren Unternehmen in Sektoren wie Nahrungsmittel, Getränke, Technologie und Bekleidung dazu anhalten, die Wasserressourcen im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeiten und ihrer globalen Lieferketten besser zu verwalten und zu schützen. Ceres und die Finanz-Taskforce der übergeordneten Valuing Water Initiative arbeiten seit 2020 zusammen, um die notwendigen Instrumente für eine Kollektiv-Engagement Initiative zu schaffen. Dazu gehören solide wissenschaftliche Erkenntnisse und Analysen über die Auswirkungen des Privatsektors auf Wasserressourcen sowie klare Erwartungen an die Unternehmen. Dies wird die Grundlage für die Messung der Fortschritte der Initiative sein.

Die sechs Erwartungen der Investoren lauten wie folgt:

- Wassermenge: Die Unternehmen beeinträchtigen die Verfügbarkeit von Wasser in wasserarmen Gebieten entlang ihrer Wertschöpfungskette nicht.
- Wasserqualität: Die Unternehmen beeinträchtigen die Qualität des Wassers entlang ihrer Wertschöpfungskette nicht.
- Schutz von Ökosystemen: Unternehmen tragen nicht zur Umwandlung natürlicher Ökosysteme bei, die für die Süsswasserversorgung und die Biodiversität von Gewässern von entscheidender Bedeutung sind, und arbeiten aktiv an der Wiederherstellung geschädigter Lebensräume, von denen ihre Unternehmen profitieren.
- Zugang zu Wasser und sanitären Einrichtungen: Unternehmen tragen zur sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Widerstandsfähigkeit der Gemeinschaften bei, mit denen sie interagieren, indem sie entlang ihrer Wertschöpfungskette einen Beitrag zum universellen und gerechten Zugang zu Wasser, sanitären Einrichtungen und Hygiene leisten.
- Beaufsichtigung durch den Verwaltungsrat: Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der Unternehmen beaufsichtigen die Bemühungen im Bereich Wassermanagement.
- Teilnahme am politischen Prozess: Unternehmen stellen sicher, dass alle Aktivitäten im Bereich der politischen Willensbildung und des Lobbyings auf ein nachhaltiges Wassermanagement ausgerichtet sind.

Noch nie war der Druck auf die Wasserressourcen so gross wie heute. Bevölkerungswachstum und eine höhere Nachfrage nach Nahrungsmitteln und Energie werden diesen Druck noch verstärken. Gleichzeitig führt der Klimawandel zu längeren Dürreperioden und stärkeren und intensiveren Regenfällen und Überschwemmungen. Daher sind institutionelle Investoren zunehmend besorgt über die weitreichenden finanziellen Risiken, die die globale Wasserkrise mit sich bringt. Diese wesentlichen finanziellen Risiken sind das Ergebnis des Wettbewerbs um Wasser, schwacher Regulierung, wachsender Nachfrage, alternder Infrastruktur, Wasserknappheit und Wasserverschmutzung.

Durch die Unterstützung des Menschenrechts auf Wasser, einen verantwortungsvollen Umgang mit Wasser, Kooperation und gute Governance-Praktiken können Unternehmen jedoch ein nachhaltiges Wassermanagement erreichen und Wasserrisiken reduzieren. Daher unterstützen die Mitglieder des EEP International die Valuing Water Finance Initiative.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Am 31.12.2024:

- Im Laufe des Jahres fanden mehrere Telefonkonferenzen mit LVMH und RBI statt.
- Mehrere RBI-Aktionäre brachten bei der GV des Unternehmens im Juni einen Aktionärsantrag zu diesem Thema ein, welcher von 29 % der Stimmen unterstützt wurde.
- Ein Benchmark Report, welcher die 72 Unternehmen, auf die sich die Kampagne bezieht, analysiert hat, ergab, dass nur 15 % der Unternehmen überdurchschnittlich gut abschnitten. Es sind also generell Verbesserungen notwendig beim Thema Wasser.

VON DER PLASTIKVERSCHMUTZUNG ZUM PLASTIK-KREISLAUF

SDG

SDG 12: Verantwortungsvoller Konsum und Produktion
SDG 14: Leben unter Wasser
SDG 15: Leben an Land

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen
Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins
Prinzip 9: Förderung umweltfreundlicher Technologien

ZUSAMMENFASSUNG

Engagement-Kampagne von Ethos, um mehrere Konsumgüter-Unternehmen, die in erheblichem Umfang Kunststoffverpackungen verwenden, zu motivieren, wirksame Praktiken zur Bekämpfung von Plastikabfall und -verschmutzung umzusetzen und den Aufbau einer Kreislaufwirtschaft zu unterstützen.

BESCHREIBUNG

Das weltweite Interesse an Plastikverbrauch, -abfall und -verschmutzung hat in den letzten Jahren erheblich zugenommen. Plastik ist allgegenwärtig geworden und wird weithin als Verpackung oder in Produkten verwendet, weil es vielseitig, billig und praktisch ist. Seit 1950 ist die weltweite jährliche Plastikproduktion um fast das 230-fache gestiegen und erreichte im Jahr 2019 460 Millionen Tonnen. Da für die Herstellung des meisten Plastiks fossile Brennstoffe benötigt werden und die Nachfrage nach Plastik weiter steigt, prognostizieren die Öl- und Gasunternehmen weiterhin eine steigende Nachfrage nach den benötigten petrochemischen Grundstoffen. Mehrere Studien sagen voraus, dass fast die Hälfte des Wachstums der Ölnachfrage bis 2050 auf Plastik entfallen wird.

Plastik wird in vielen Sektoren verwendet, aber Verpackungen sind eine der bedeutendsten Anwendungen von Plastik und ein wichtiger Verursacher von Plastikabfällen: Sie machen 45 % des gesamten produzierten Plastiks und etwa 60 % des Plastikabfalls der europäischen Konsumenten aus. Dies hat erhebliche Folgen: Jedes Jahr landen Millionen Tonnen Plastik im Wert von Milliarden von Dollar auf Mülldeponien, werden verbrannt oder gelangen in die Umgebung. Jedes Jahr geraten etwa 8 Millionen Tonnen ins Meer, und der Pew Charitable Trusts geht davon aus, dass sich der jährliche Strom von Plastik ins Meer bis 2040 verdreifachen wird.

Die Analyse der Plastik-Wertschöpfungskette zeigt, dass Unternehmen und institutionelle Investoren mehreren plastikbezogenen Risiken ausgesetzt sind. Dabei geht es nicht nur um Klima- und Umweltaspekte, sondern auch um politische und regulatorische Änderungen (z. B. neue Plastiksteuern oder steigende Rohstoffkosten), Reputationsschäden aufgrund veränderter Konsumentenwahrnehmung oder die negativen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit. Im Gegensatz dazu ist die Kreislaufwirtschaft ein Produktions- und Konsummodell, das darauf ausgerichtet ist, Abfall und Verschmutzung zu vermeiden, Produkte und Materialien zirkulieren zu lassen und die Natur zu regenerieren. Folglich kann eine Kreislaufwirtschaft globale Herausforderungen wie Klimawandel, Verlust der biologischen Vielfalt, Abfall und Umweltverschmutzung angehen. Dabei bietet sie Unternehmen zahlreiche Möglichkeiten, ihre Geschäftsmodelle dahingehend zu ändern.

In Anbetracht der Auswirkungen der Plastikverschmutzung auf die Umwelt, die Gesellschaft und die Wirtschaft erachtet Ethos die Eindämmung der Plastikverschmutzung und den Aufbau einer Kreislaufwirtschaft als ein wichtiges Thema für verantwortungsbewusste institutionelle Investoren. Unternehmen, die im Konsumgütersektor tätig sind und in erheblichem Umfang Plastikverpackungen verwenden, sollten wirksame Verfahren zur Bekämpfung von Plastikabfällen und -verschmutzung anwenden und den Aufbau einer Kreislaufwirtschaft vorantreiben.

Dies setzt voraus, dass die Unternehmen Plastikverschmutzung systematisch erfassen und umfassende Massnahmen ergreifen, um diese Art von Verschmutzung zu verhindern. Aus diesem Grund lancieren Ethos und die Mitglieder des Ethos Engagement Pool International eine Engagement-Kampagne, um mehrere Konsumgüterunternehmen, die in erheblichem Umfang Plastikverpackungen verwenden, aufzufordern, eine umfassende Plastikstrategie nach dem Motto «reduzieren, wiederverwenden, ersetzen und dann recyceln» umzusetzen.

Zu diesem Zweck haben wir vorbildliche Praktiken ermittelt und die Erwartungen der Investoren ausgearbeitet. Die Unternehmen werden insbesondere aufgefordert, die folgenden Grundsätze zu übernehmen:

- Verabschiedung einer «reduzieren, wiederverwenden, ersetzen und dann recyceln» Strategie für Plastikverpackungen.
- Massnahmen zur Innovation für Kreislaufwirtschaft durch Investitionen in innovative Materialien und Verpackungsdesigns oder Wiederverwendungs- und Recyclingtechnologien.
- Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen und Eintreten für Regulierung, welche die Kreislaufwirtschaft und die Minimierung negativer Auswirkungen der Plastiknutzung auf die menschliche Gesundheit vorantreibt.
- Verbesserung der Berichterstattung und Transparenz bezüglich Umsetzung der «reduzieren, wiederverwenden, ersetzen und dann recyceln» Strategie.

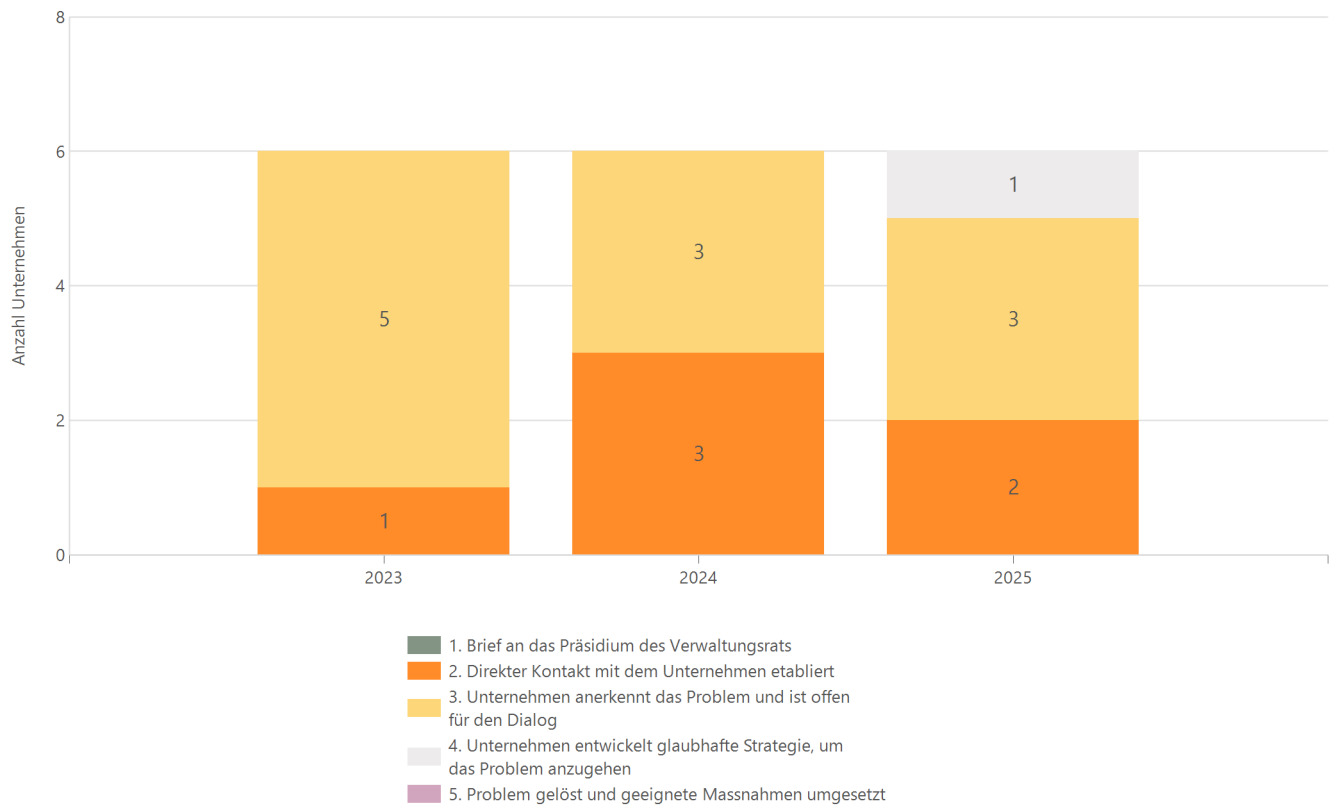
Es gibt überzeugende Argumente für Unternehmen, angemessene Praktiken zur Eindämmung der Plastikverschmutzung und zum Aufbau einer Kreislaufwirtschaft einzuführen.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Am 31.12.2024:

- Im Laufe des Jahres fanden 20 Engagement-Aktivitäten statt, darunter drei Telefonkonferenzen mit den Zielunternehmen.
- Im zweiten Jahr der Kampagne waren die Ergebnisse gemischt. Da die meisten Unternehmen keine ermutigenden Anstalten machten, war es für Ethos schwieriger den direkten Kontakt mit ihnen zu halten.
- Zwei Unternehmen fielen im Etappen-System von Ethos zurück und die anderen blieben stabil.

ENGAGEMENT-FORTSCHRITT



WISSENSCHAFTLICH FUNDIERTE KLIMAZIELE DER SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 13: Klimaschutz

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen

Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins

Prinzip 9: Förderung umweltfreundlicher Technologien

ZUSAMMENFASSUNG

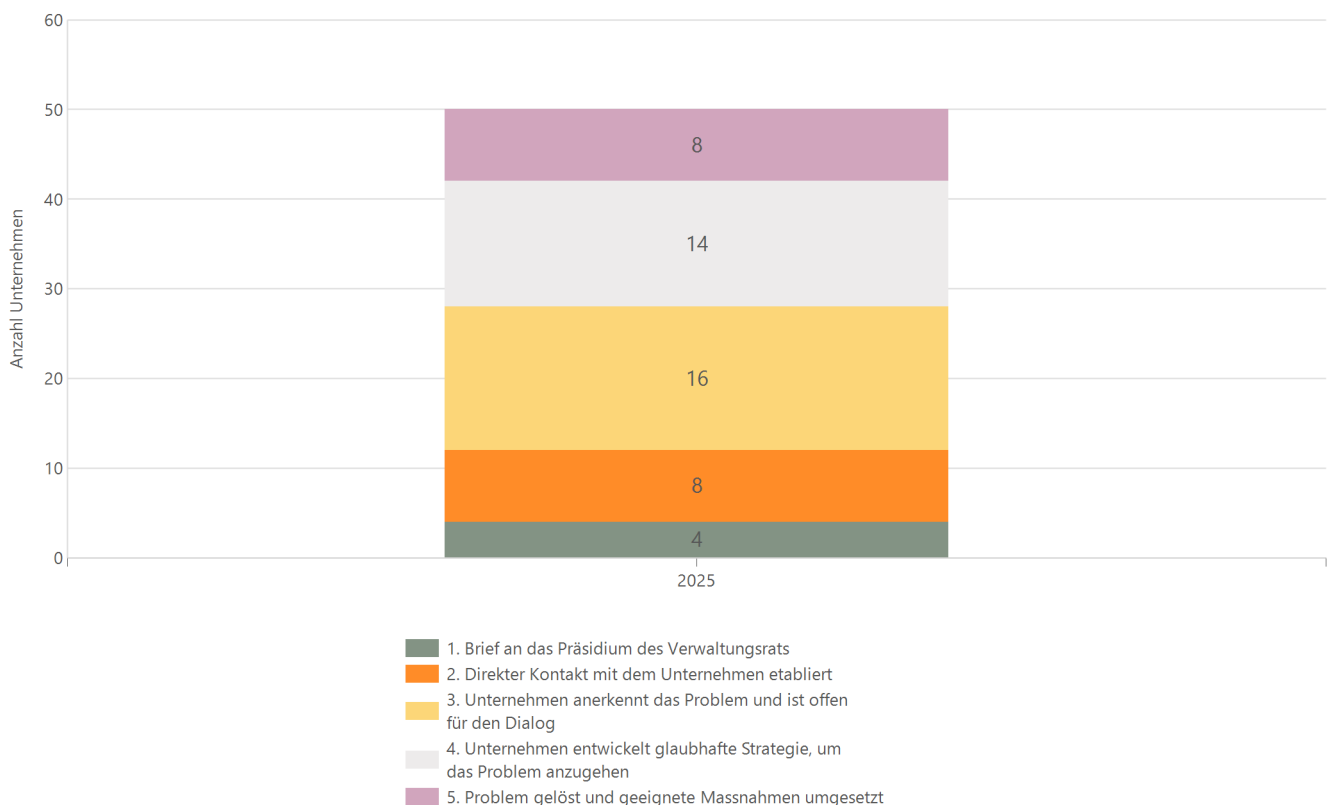
Die Formulierung von wissenschaftlich fundierten Klimazielen ist ein wichtiger Schritt für jedes Unternehmen, das eine ehrgeizige Klimastrategie entwickeln möchte.

BESCHREIBUNG

Die Formulierung von wissenschaftlich fundierten Klimazielen ist ein wichtiger Schritt für jedes Unternehmen, das eine ehrgeizige Klimastrategie entwickelt. Die Science-Based Targets initiative (SBTi) ist eine anerkannte Organisation, die branchenspezifische Reduktionspfade vorgibt und die Treibhausgasemissionsreduktionsziele vieler Unternehmen auf der ganzen Welt validiert. Mit dem Inkrafttreten des Klima- und Innovationsgesetzes sind Schweizer Unternehmen verpflichtet, Massnahmen zur Erreichung des Schweizer Klimaziels umzusetzen, welches bis 2050 Netto-Null-Emissionen anstrebt. In diesem Sinne sind wissenschaftlich fundierte Klimaziele ein zentrales Instrument, um diese gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen.

Diese Kampagne wird von Ethos im Auftrag der Mitglieder des Ethos Engagement Pool Schweiz und ihrer Engagement Services Kunden durchgeführt. Die Kampagne richtet sich an die 50 Unternehmen im Universum des Ethos Engagement Pool Schweiz mit den höchsten absoluten Emissionen im Jahr 2025, die keine wissenschaftlich fundierten Klimaziele haben, die mit einem Szenario zur Begrenzung des Temperaturanstiegs auf 1,5 °C vereinbar sind. Unternehmen des Finanzsektors sind jedoch ausgeschlossen. Ziel der Kampagne ist es, die anvisierten Unternehmen dazu zu bringen, wissenschaftlich fundierte Klimaziele festzulegen, die mit dem 1,5 °C-Szenario in Einklang stehen.

ENGAGEMENT-FORTSCHRITT



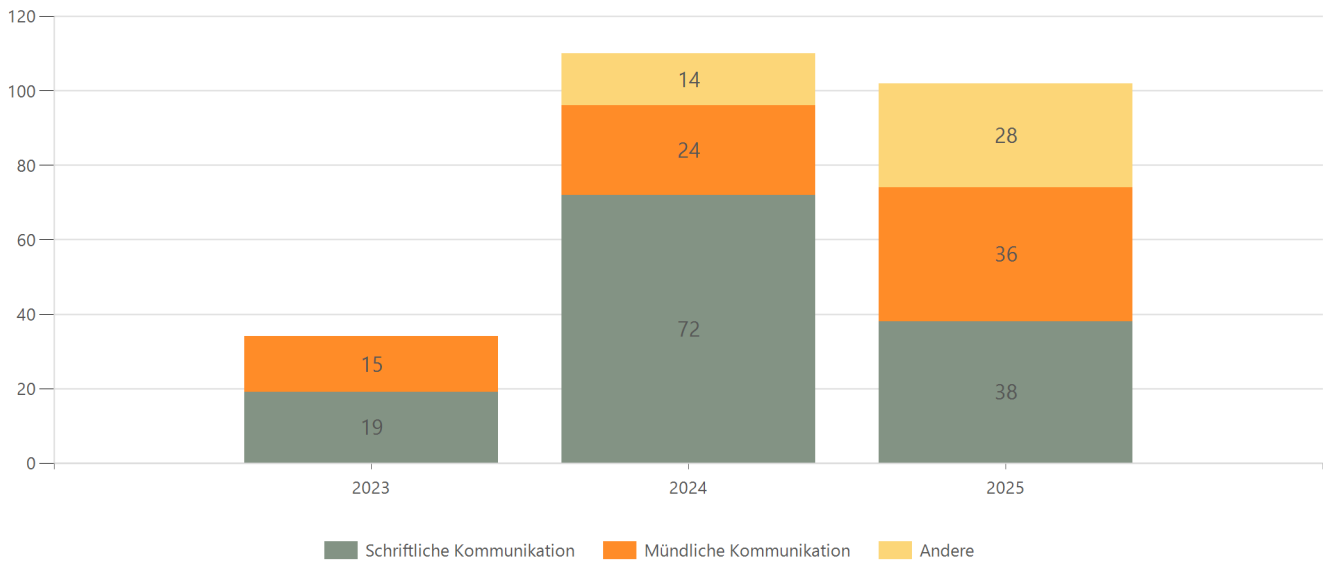
3. SOZIALES

3.1 ÜBERBLICK ÜBER DIE ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

	ANZAHL UNTERNEHMEN		
NAME DER KAMPAGNE	IM PORTFOLIO	TOTAL	KAMPAGNE UNTERSCHRIEBEN AM
Arbeitsbedingungen und Achtung der Menschenrechte in den Lieferketten schweizer Unternehmen	123	150	18.12.2024
Arbeitsrechte in den Lieferketten der Textilindustrie	6	8	01.01.2025
Diversität und Lohnungleichheit in schweizer Unternehmen	118	143	11.02.2026
Verbesserung der Corporate Human Rights Benchmark (CHRB) Ergebnisse	137	236	01.01.2025
TOTAL 4			

Die von Ethos initiierten Kampagnen sind fettgedruckt.

3.2 ENGAGEMENT-AKTIVITÄTEN MIT PORTFOLIO-UNTERNEHMEN ZU THEMEN IM BEREICH SOZIALES *



* In Anhang 6 finden Sie die Zuordnung der Themen zu den gängigen Säulen "Umwelt", "Soziales" und "Governance" sowie der Aktionsarten zu den Kategorien "Schriftliche Kommunikation", "Mündliche Kommunikation" und "Andere".

3.3 EINZELHEITEN DER ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

ARBEITSBEDINGUNGEN UND ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE IN DEN LIEFERKETTEN SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
SDG 10: Weniger Ungleichheiten
SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 1: Unterstützung und Achtung der Menschenrechte
Prinzip 2: Keine Mitschuld an Menschenrechtsverletzungen
Prinzip 3: Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungsrecht
Prinzip 4: Keine Zwangsarbeit
Prinzip 5: Keine Kinderarbeit
Prinzip 6: Keine Diskriminierung am Arbeitsplatz
Prinzip 10: Keine Korruption

ZUSAMMENFASSUNG

Unternehmen sollten einen spezifischen Verhaltenskodex für Lieferanten und Lieferantinnen einführen und umsetzen, der Menschenrechte und Arbeitsbedingungen abdeckt, sowie regelmässige und transparente Audits durchführen, deren Ergebnisse veröffentlicht werden und die mit wirksamen Zwangsmassnahmen verbunden sind.

BESCHREIBUNG

Seit einigen Jahren nehmen Fragen zur Rechenschaftspflicht multinationaler Unternehmen einen wichtigen Platz bei der Bewertung der ESG-Praktiken von Unternehmen ein. Zwar beschreiben Unternehmen in ihren Verhaltenskodizes ihre Richtlinien für Mitarbeitende, doch ist nicht sichergestellt, dass diese auch für die Beschäftigten von Unternehmen in der Lieferkette gelten, die häufig in Risikoländern angesiedelt sind. Die Erwartungen der Investoren und Investorinnen an ein verantwortungsvolles Management der Lieferkette beziehen sich sowohl auf ökologische als auch auf soziale Themen. Im Rahmen dieser Kampagne liegt ein besonderer Schwerpunkt auf sozialen Aspekten, insbesondere auf der Einhaltung von Menschen- und Arbeitsrechten. Dies setzt unter anderem voraus, dass Unternehmen eine klare Strategie für den Umgang mit diesen Themen festlegen, insbesondere durch die Einführung eines spezifischen Verhaltenskodex für ihre Zuliefernden. Um jedoch sicherzustellen, dass diese Massnahmen tatsächlich umgesetzt werden, müssen die Unternehmen ihre Zulieferinnen und Zulieferer regelmässig überprüfen.

Trotz des wachsenden Bewusstseins und der beobachteten Fortschritte in den Praktiken der Unternehmen verfügen viele Unternehmen weiterhin über keinen spezifischen Verhaltenskodex. Andererseits ist die Transparenz der Unternehmen in Bezug auf Umsetzungsmassnahmen, wie die Veröffentlichung der Anzahl durchgeführter Lieferantenaudits und der Massnahmen zur Behebung festgestellter Verstösse, nach wie vor ungenügend.

Ethos fordert die Unternehmen dazu auf:

- einen Verhaltenskodex für Lieferanten und Lieferantinnen zu veröffentlichen;
- zu überprüfen, ob die Abdeckung der relevanten Herausforderungen umfassend ist, insbesondere im Hinblick auf die Achtung der Menschenrechte;
- eine Sorgfaltspflicht gemäss den Leitprinzipien der Vereinten Nationen einzuführen. Dies bedeutet insbesondere, die Menschenrechtsrisiken von Geschäftspartnern regelmässig zu bewerten, vor allem vor dem Abschluss neuer Verträge oder Partnerschaften mit Liefernden, geeignete Massnahmen zur Verhinderung von Menschenrechtsverletzungen zu ergreifen, bestehende Verletzungen zu beenden und über die ergriffenen Massnahmen zu berichten;
- regelmässige Audits bei Schlüssellieferanten und -lieferantinnen durchzuführen, insbesondere in Ländern, in denen die persönliche Freiheit oder die Achtung der Menschenrechte gefährdet sind;
 - Informationen über die Mechanismen zur Umsetzung des Kodex zu veröffentlichen. Dazu gehören beispielsweise die Anzahl der durchgeführten Kontrollen, die Art der Kontrollen (angekündigt oder unangekündigt), die Ergebnisse dieser Kontrollen sowie die Massnahmen zur Behebung festgestellter Verstösse oder Nichteinhaltungen.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Das Engagement von Ethos in diesem Bereich betrifft die Umsetzung einer zufriedenstellenden Unternehmenspolitik und die Veröffentlichung relevanter Indikatoren, um die Leistung der Unternehmen und die tatsächliche Umsetzung dieser Politik zu messen. Das Thema betraf ursprünglich die Einführung von Nachhaltigkeitsanforderungen an Lieferanten und wurde später auf das allgemeinere Thema der Einhaltung der Menschenrechte und der besten Standards für Arbeitsbedingungen sowohl bei den Aktivitäten des Unternehmens als auch innerhalb der Lieferkette ausgeweitet.

In den letzten Jahren wurden bedeutende Fortschritte erzielt, insbesondere in Bezug auf die Veröffentlichung von Indikatoren zum Personal sowie die Themen Diversität und Diskriminierung. Trotzdem sind bei den Lieferanten noch zusätzliche Anstrengungen notwendig.

ARBEITSRECHTE IN DEN LIEFERKETTEN DER TEXTILINDUSTRIE

SDG

SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
SDG 10: Weniger Ungleichheiten

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 1: Unterstützung und Achtung der Menschenrechte
Prinzip 2: Keine Mitschuld an Menschenrechtsverletzungen
Prinzip 3: Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungsrecht
Prinzip 4: Keine Zwangsarbeit

ZUSAMMENFASSUNG

Diese Engagement-Kampagne wurde nach der Rana Plaza Tragödie in Bangladesch ins Leben gerufen. Nach diesem Unfall forderte Ethos acht Unternehmen auf, das Abkommen über Brand- und Gebäudesicherheit in Bangladesch zu unterstützen und zu erweitern. Seitdem hat sich die Engagement-Kampagne mit diesen acht europäischen Unternehmen weiterentwickelt und befasst sich nun mit verschiedenen Fragen im Zusammenhang mit Arbeitnehmerrechten und nachhaltigen Lieferketten in der Textilindustrie, darunter die Reaktion der Unternehmen auf die COVID-19-Pandemie und das Problem der Zwangsarbeit in der Autonomen Uiguren Region Xinjiang. Im Rahmen der Kampagne werden die Unternehmen auch aufgefordert, das Pilotprojekt zur Bekämpfung von Arbeitsunfällen für Bekleidungsarbeiterinnen und Bekleidungsarbeiter in Bangladesch zu unterstützen.

BESCHREIBUNG

Im Juni 2017 hat Ethos Briefe an acht Unternehmen der europäischen Textilindustrie geschickt, in denen sie ihre Erwartungen bezüglich der Fortführung des "Abkommens über Feuer- und Gebäudesicherheit in Bangladesch" (Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh) darlegen. Das Abkommen ist eine rechtsverbindliche Vereinbarung zwischen globalen Bekleidungsmarken, lokalen Produzenten und Gewerkschaften. Diese Initiative ist eine Folgemassnahme der Investorenerklärung vom 24. April 2017, die anlässlich des 4. Jahrestages der Rana Plaza Tragödie veröffentlicht wurde. Die Briefe enthalten konkrete Forderungen an die Unternehmen in Bezug auf die Verlängerung der Laufzeit des Abkommens, die Bereitstellung ausreichender finanzieller Mittel zur Vollendung der verbleibenden kostspieligen Verbesserungsmassnahmen und die Ausweitung des Abkommens auf das Recht auf Tarifverhandlungen.

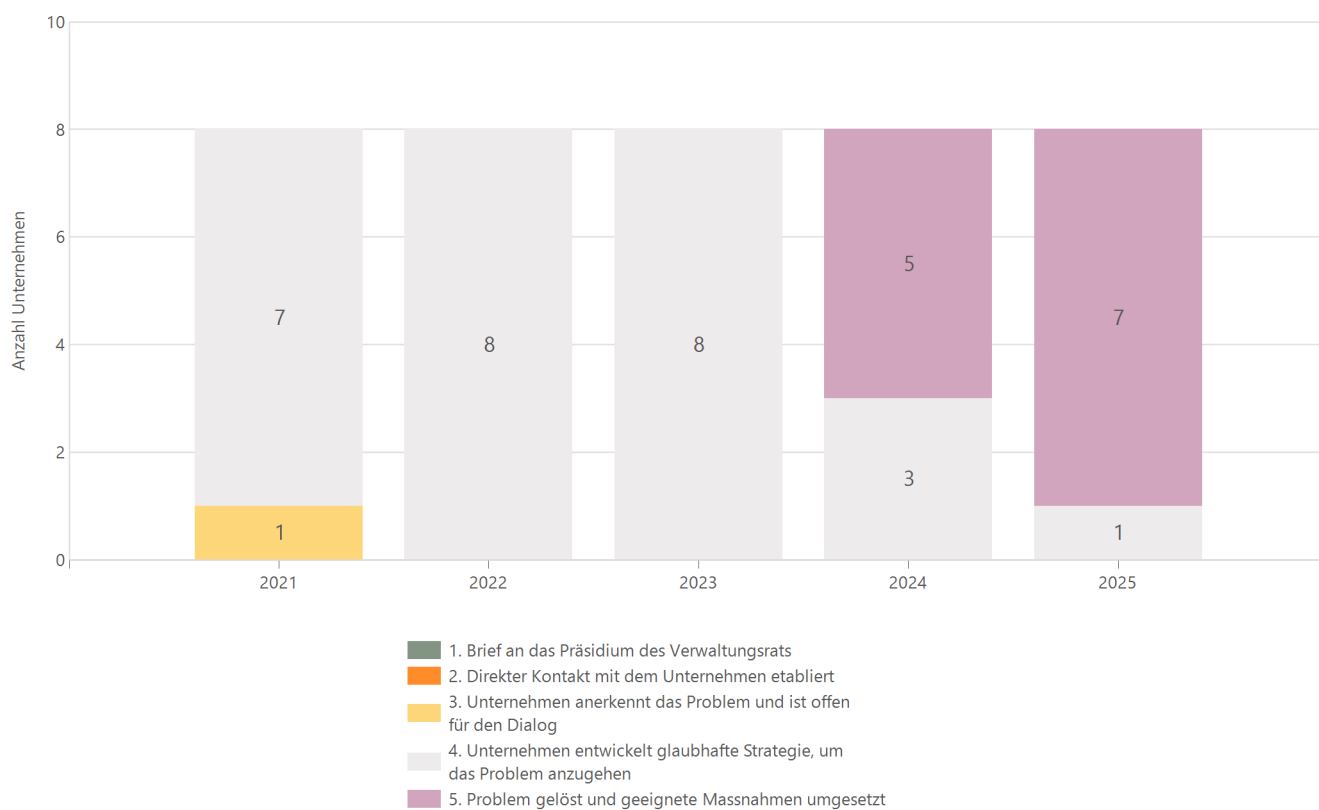
Seitdem hat sich diese Engagement-Kampagne weiterentwickelt und befasst sich nun mit verschiedenen Fragen im Zusammenhang mit Arbeitnehmerrechten und nachhaltigen Lieferketten in der Textilindustrie, darunter die Reaktion der Unternehmen auf die COVID-19-Pandemie und das Problem der Zwangsarbeit in der Autonomen Uiguren Region Xinjiang.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Am 31.12.2024:

- Das Pilotprojekt wurde von H&M und Primark initiiert. Im Laufe des Jahres haben sich sowohl Inditex als auch Next dem Pilotprojekt angeschlossen.
- Bei einer Telefonkonferenz im April drückte Marks & Spencer seine Bedenken bezüglich dem Projekt aus.
- Adidas und Hugo Boss betonten weiterhin, das Projekt nicht zu unterstützen, dies aufgrund des geringen Einkaufsvolumen in Bangladesch. Trotzdem verfolgen beide Unternehmen die weitere Entwicklung des Programms.

ENGAGEMENT-FORTSCHRITT



DIVERSITÄT UND LOHNGLEICHHEIT IN SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 5: Geschlechtergleichheit
SDG 10: Weniger Ungleichheiten

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 1: Unterstützung und Achtung der Menschenrechte
Prinzip 6: Keine Diskriminierung am Arbeitsplatz

ZUSAMMENFASSUNG

Die Unternehmen dazu ermutigen, Massnahmen zur Förderung von Diversität und Inklusion zu ergreifen und die Ergebnisse der Lohnungleichheitsanalysen gemäss Schweizer Recht zu veröffentlichen.

BESCHREIBUNG

In ihren Aktionsplänen zu sozialen Themen und Diversität heben Unternehmen regelmässig die Geschlechterdiversität, die Inklusion, insbesondere in Bezug auf Alter und Nationalität, sowie die Förderung der beruflichen Gleichstellung hervor. Zwar kommunizieren heute viele Unternehmen zu diesen Themen, doch werden sie noch allzu oft isoliert behandelt, insbesondere wenn es darum geht, sie mit der Vergütungspolitik in Verbindung zu bringen. Ein kohärenter und glaubwürdiger Ansatz zur Diversität setzt jedoch voraus, dass die Vertretung von Frauen, die berufliche Gleichstellung und die Lohnungleichheit gemeinsam betrachtet werden.

Beispielsweise müssen im Vereinigten Königreich seit 2017 die grössten Unternehmen ihren «Gender Equality Index» sowie den «Equal Pay Gap» veröffentlichen. Der «Equal Pay Gap» misst Lohnunterschiede bei gleicher oder gleichwertiger Arbeit. Der «Gender Pay Gap» bezeichnet hingegen den Unterschied zwischen dem durchschnittlichen Einkommen von Männern und Frauen insgesamt. In Frankreich gehen die seit 2019 geltenden Anforderungen noch weiter und verpflichten Unternehmen zur Veröffentlichung detaillierter Daten, insbesondere zu Beförderungen und Lohnerhöhungen von Männern und Frauen.

In der Schweiz sind Unternehmen mit mehr als 100 Beschäftigten gemäss der jüngsten Revision des Bundesgesetzes über die Gleichstellung von Frau und Mann seit dem 1. Juli 2020 verpflichtet, eine Lohnungleichheitsanalyse durchzuführen und diese unabhängig überprüfen zu lassen. Die Analyse muss alle vier Jahre erfolgen. Artikel 13h sieht vor, dass kotierte Unternehmen die Ergebnisse in ihrem Jahresbericht veröffentlichen müssen. Das Gesetz verlangt jedoch nicht die Veröffentlichung einer konkreten Kennzahl, sondern lediglich die Durchführung der Analyse, und zwar nur für Schweizer Unternehmen, nicht für ausländische Tochtergesellschaften eines Konzerns. Entsprechend veröffentlicht in der Schweiz im Gegensatz zu anderen Ländern kaum ein Unternehmen einen «Gender Equality Index» (Index für die berufliche Gleichstellung von Frauen und Männern).

Ethos möchte folgende Punkte mit den Unternehmen aufnehmen:

- Unternehmen dazu ermutigen, ihr Engagement sowie ihre Richtlinien zu Diversität, beruflicher Gleichstellung und Lohnungleichheit zu veröffentlichen;
- Grössere Transparenz in Bezug auf Diversität, Inklusion und berufliche Gleichstellung fördern, insbesondere durch klare und vergleichbare Indikatoren zu Repräsentation, Beförderungen, Gehaltserhöhungen und Lohnunterschieden in allen Ländern, in denen das Unternehmen tätig ist;
- Diese Themen stärker in der Unternehmensführung verankern, indem gefordert wird, dass Kriterien für Diversität und Gleichstellung präzise und messbar definiert und in die variablen Vergütungssysteme der Führungsgremien integriert werden.

VERBESSERUNG DER CORPORATE HUMAN RIGHTS BENCHMARK (CHRB) ERGEBNISSE

SDG

SDG 5: Geschlechtergleichheit
SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
SDG 10: Weniger Ungleichheiten
SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 1: Unterstützung und Achtung der Menschenrechte
Prinzip 2: Keine Mitschuld an Menschenrechtsverletzungen
Prinzip 3: Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungsrecht
Prinzip 4: Keine Zwangsarbeit
Prinzip 5: Keine Kinderarbeit

ZUSAMMENFASSUNG

Eine Gruppe institutioneller Investoren, koordiniert durch die Investor Alliance for Human Rights (IAHR), hat 95 Unternehmen, welche vom Corporate Human Rights Benchmark (CHRB) als nachhinkend bewertet wurden, mittels Brief aufgefordert, ihre Leistung zu verbessern.

BESCHREIBUNG

Der Corporate Human Rights Benchmark (CHRB) ist eine nicht gewinnorientierte Organisation, welche sich der Schaffung eines öffentlichen Massstabs für die Leistung von Unternehmen im Bereich der Menschenrechte verschrieben hat. Der CHRB wurde 2016 ins Leben gerufen und stützt sich auf die Expertise von Investoren und Menschenrechtsexperten aus sechs Organisationen: APG Asset Management, Aviva Investors, Nordea Wealth Management, Business & Human Rights Resource Centre (BHRRRC), EIRIS Foundation und dem Institute for Human Rights and Business (IHRB).

Im November 2019 veröffentlichte der CHRB die jüngste Ausgabe seines jährlichen Benchmarks, bei dem 200 der weltweit grössten börsenkotierten Unternehmen anhand einer Reihe von Menschenrechtsindikatoren bewertet werden. Die 200 Unternehmen sind allesamt in Hochrisikosektoren wie der Agrarwirtschaft, der Textilindustrie, dem Bergbau und der Herstellung von ICT-Technologie tätig. Zwar haben sich einige Unternehmen im Vergleich zu den Vorjahren verbessert, aber das Gesamtbild ist bedenklich. Von den 200 bewerteten Unternehmen erfüllte die Hälfte keines der fünf Kriterien bezüglich Menschenrechts-Sorgfaltsprüfung wie sie der CHRB verwendet. Um diese Lücke zu schliessen, wurde ein Brief zuhänden aller Unternehmen mit mangelhaften Praktiken im Bereich der Menschenrechts-Sorgfaltsprüfung ausgearbeitet. Darin werden die Unternehmen aufgefordert, die Einhaltung der Menschenrechte durch die Offenlegung wichtiger Informationen zu belegen. Konkret fordern die Investoren von den Unternehmen, dass sie zu folgenden Punkten berichten:

- Identifizierung und Bewertung der negativen Auswirkungen auf die Menschenrechte
- Priorisierung der schwerwiegendsten negativen Auswirkungen auf die Menschenrechte
- Auflistung der schwerwiegendsten negativen Auswirkungen auf die Menschenrechte, welche das Unternehmen verursacht hat
- Massnahmen des Unternehmens zur Verhinderung, Minimierung und Beseitigung von negativen Auswirkungen auf die Menschenrechte
- Ansatz zur Überwachung und Bewertung der Wirksamkeit der getroffenen Massnahmen

Im Jahr 2021 lief diese Initiative weiter. Im April und Mai wurden 106 Briefe an Unternehmen verschickt, die wiederum keine Punkte beim Bereich zu Sorgfaltsprüfungspflichten auf dem Benchmark erzielen konnten. Die Investorenerklärung wird mittlerweile von 212 institutionellen Investoren mit verwalteten Vermögen von über USD 7'000 Milliarden. Ethos wurde für die deutsche Infineon Technologies als Lead-Investor ausgewählt.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Am 31.12.2024:

- Im November veröffentlichte die WBA einen Bericht über Trends und Erkenntnisse aus fünf Ausgaben des Corporate Human Rights Benchmarks (CHRB), welcher die Zeitspanne 2018 bis 2023 abdeckt.
- Der Bericht hält fest, dass 64 % der Unternehmen in dieser Zeit Fortschritte gemacht haben aber, dass konkrete Massnahmen, die sich positiv auf Arbeitnehmende auswirken, mangelhaft sind. Jedoch sind die Beschwerdemechanismen leichter zugänglich geworden.
- Im Juni nahm Ethos ausserdem online an einer fünfjährigen strategischen Review des CHRB teil.

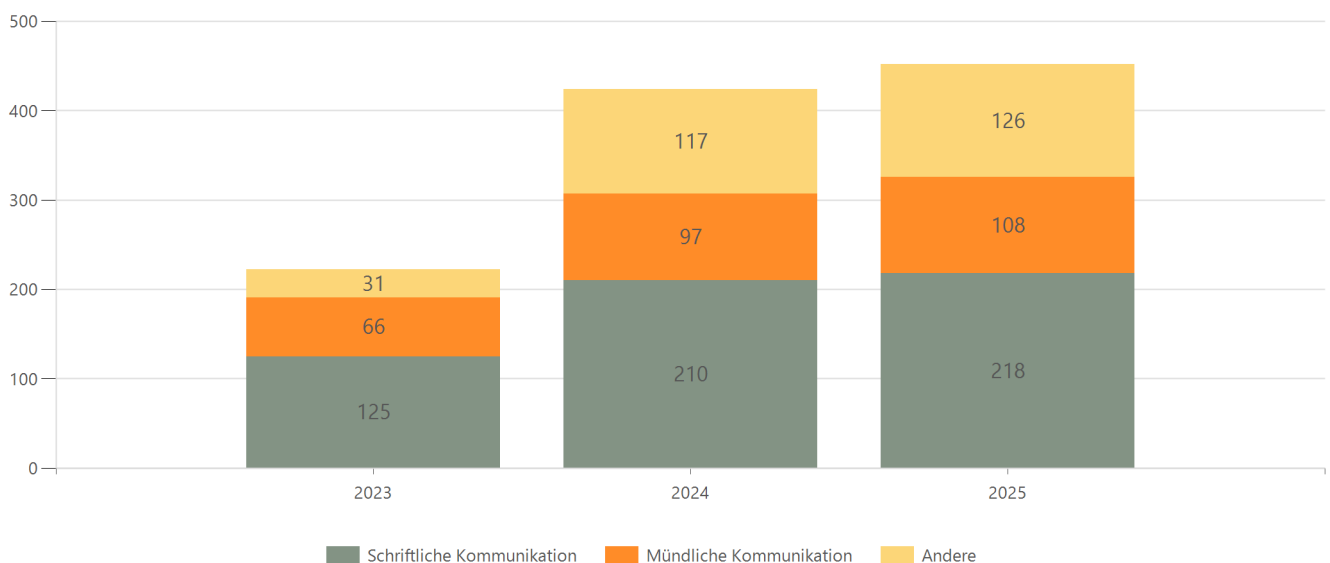
4. GOVERNANCE

4.1 ÜBERBLICK ÜBER DIE ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

	ANZAHL UNTERNEHMEN		
NAME DER KAMPAGNE	IM PORTFOLIO	TOTAL	KAMPAGNE UNTERSCHRIEBEN AM
Digitale Verantwortung der Schweizer Unternehmen	44	47	18.12.2024
Geschlechterdiversität in den Verwaltungsräten von Schweizer Unternehmen	44	58	07.02.2025
Kampagne gegen rein virtuelle Generalversammlungen in Deutschland	9	10	26.01.2026
Steuerverantwortung von Schweizer Unternehmen	123	150	18.12.2024
Trennung von Geschäftsleitungs- und Verwaltungsratspräsidien von Schweizer Unternehmen	3	5	07.02.2025
Umwelt- und Sozialberichterstattung von Schweizer Unternehmen	123	150	18.12.2024
Unabhängigkeit der Verwaltungsräte von Schweizer Unternehmen	25	35	07.02.2025
Vergütungen der Führungsinstanzen von Schweizer Unternehmen	123	150	18.12.2024
Verstösse gegen internationale Normen (2024)	2	4	01.01.2025
Zusammensetzung und Funktionsweise des Verwaltungsrats von Schweizer Unternehmen	123	150	18.12.2024
TOTAL 10			

Die von Ethos initiierten Kampagnen sind fettgedruckt.

4.2 ENGAGEMENT-AKTIVITÄTEN MIT PORTFOLIO-UNTERNEHMEN ZU THEMEN IM BEREICH GOVERNANCE *



* In Anhang 6 finden Sie die Zuordnung der Themen zu den gängigen Säulen "Umwelt", "Soziales" und "Governance" sowie der Aktionsarten zu den Kategorien "Schriftliche Kommunikation", "Mündliche Kommunikation" und "Andere".

4.3 EINZELHEITEN DER ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

DIGITALE VERANTWORTUNG DER SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen
SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 1: Unterstützung und Achtung der Menschenrechte
Prinzip 6: Keine Diskriminierung am Arbeitsplatz
Prinzip 9: Förderung umweltfreundlicher Technologien

ZUSAMMENFASSUNG

Die digitale Revolution bringt neue Herausforderungen für Unternehmen und Aktionäre mit sich. Unter den zahlreichen Skandalen hat besonders der Fall Cambridge Analytica aufgezeigt, was für Missbräuche sich aus der Nutzung privater Daten für kommerzielle und politische Zwecke ergeben können. Daraus erwachsen neue ethische, rechtliche, finanzielle und reputationsbezogene Risiken für die Unternehmen. Es gilt nun, Vertrauen zwischen den verschiedenen Anspruchsgruppen und den Unternehmen zu schaffen. Zu diesem Zweck wurde das Konzept der digitalen Verantwortung der Unternehmen (Corporate Digital Responsibility) entwickelt.

BESCHREIBUNG

Zur Verdeutlichung ihrer Forderungen veröffentlichte Ethos Ende 2020 ein «Ethos Engagement Paper» zur digitalen Verantwortung der Unternehmen, in welchem die 7 folgenden Erwartungen dargelegt werden:

1. Implementierung eines Kodexes für digitale Verantwortung
2. Sicherstellung der Transparenz gegenüber den Anspruchsgruppen bezüglich der digitalen Praktiken und des digitalen Fussabdrucks
3. Einhaltung der höchsten Standards der Datenverarbeitung und des Datenschutzes
4. Implementierung ethischer Grundsätze bei der Nutzung künstlicher Intelligenz (KI)
5. Ausschluss sensibler Aktivitäten im Zusammenhang mit der Digitalisierung
6. Gewährleistung einer gerechten und verantwortungsvollen sozialen Transformation
7. Beitrag zur Reduktion des ökologischen Fussabdrucks der digitalen Technologien

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Zwischen 2021 und 2023 untersuchte Ethos die digitale Verantwortung der 48 grössten an der Schweizer Börse kotierten Unternehmen (SMI Expanded). Diese Bewertungen wurden in Zusammenarbeit mit EthicsGrade, einer auf die Bewertung («Ratings») des Umgangs von Unternehmen mit digitalen Themen spezialisierten Firma, durchgeführt. Mit dieser Studie sollten die Praktiken der grössten in der Schweiz kotierten Unternehmen beurteilt werden. Dazu wurde den Unternehmen ein Fragebogen zugestellt, mit dessen Beantwortung sie ihre Praktiken erläutern konnten.

Zwischen der Veröffentlichung der ersten Studie im Januar 2022 und der dritten im Dezember 2023 führte Ethos einen detaillierten Dialog zu diesem Thema mit allen betroffenen Unternehmen. In den drei durch die Ethos-Studie zu diesem Thema abgedeckten Jahren fand ein reger Austausch statt. Dieser dürfte sich angesichts des grossen Verbesserungspotenzials im Bereich der digitalen Verantwortung in Zukunft noch intensivieren.

Seit 2024 erhebt Ethos die Daten direkt im Rahmen der ESG-Bewertung der Unternehmen auf der Basis öffentlicher Informationen. Diese Entscheidung wurde wegen der grossen Diskrepanz zwischen den öffentlichen Informationen und den von den Unternehmen im Rahmen der Studie mitgeteilten, nicht öffentlichen Angaben getroffen. Anlässlich der letzten Studie 2023 lag die durchschnittliche Punktzahl bei 27.5 von 100. Auf der Grundlage ausschliesslich öffentlicher Informationen betrug dieser Wert jedoch nur 16.5 Punkte.

GESCHLECHTERDIVERSITÄT IN DEN VERWALTUNGSRÄTEN VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 5: Geschlechtergleichheit

SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 10: Keine Korruption

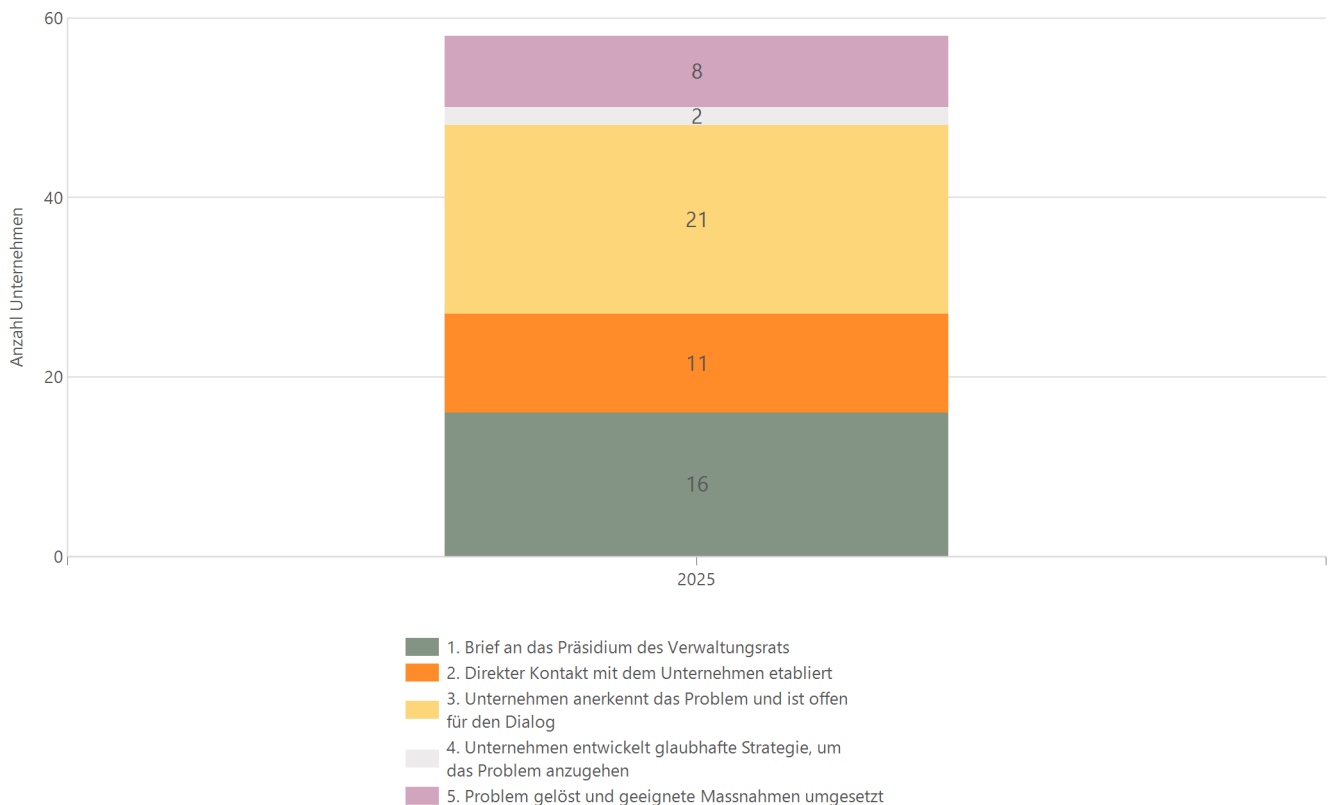
ZUSAMMENFASSUNG

Gemäss Artikel 734f des Obligationenrechts muss jeder Verwaltungsrat mindestens 30% Frauen haben.

BESCHREIBUNG

Mehrere Studien haben gezeigt, dass eine vielfältige Zusammensetzung von Verwaltungsräten die Entscheidungsfindung verbessert und geschlechtsspezifische Vorurteile reduziert. Der Anteil von Frauen in Verwaltungsräten ist in den letzten Jahren jedoch nur langsam gestiegen. Die Einführung von Quoten ist eine Möglichkeit, diesen Anteil zu erhöhen. In der Schweiz verpflichtet Artikel 734f des Obligationenrechts bedeutende Unternehmen dazu, in ihrem Verwaltungsrat einen Frauenanteil von mindestens 30% zu erreichen. Die Regelung basiert auf dem Grundsatz „comply or explain“, und die Unternehmen haben bis 2026 Zeit, um die Quote zu erreichen. Diese Kampagne wird von Ethos im Namen der Mitglieder des Ethos Engagement Pool Schweiz und ihrer Engagement Services Kunden durchgeführt. Die Kampagne richtet sich an Unternehmen aus dem Universum des Ethos Engagement Pool Schweiz, in deren Verwaltungsrat weniger als 30% Frauen vertreten sind. Ziel der Kampagne ist es, den Frauenanteil im Verwaltungsrat der anvisierten Unternehmen auf mindestens 30% zu erhöhen.

ENGAGEMENT-FORTSCHRITT



KAMPAGNE GEGEN REIN VIRTUELLE GENERALVERSAMMLUNGEN IN DEUTSCHLAND

SDG

SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 10: Keine Korruption

ZUSAMMENFASSUNG

Die Ethos Stiftung und die Deutsche Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz e.V. (DSW) führen einen Dialog mit den grössten deutschen Unternehmen um diese aufzufordern, ihre Generalversammlungen als Hybrid- oder Präsenzveranstaltungen abzuhalten, anstatt ausschliesslich virtuell.

BESCHREIBUNG

Die Durchführung von Generalversammlungen hat sich insbesondere als Reaktion auf die COVID-19-Pandemie erheblich verändert. Vor der Pandemie fanden fast alle Generalversammlungen als Präsenzversammlungen statt. Die globale Pandemie erforderte eine Anpassung und zwang Unternehmen, Aufsichtsbehörden und Regierungen, sich an die Vorgaben der Gesundheitsbehörden zu halten. Eine bemerkenswerte Anpassung war der Übergang zu rein virtuellen Generalversammlungen als Reaktion auf die Begrenzung oder das Verbot von Menschenansammlungen. Und obwohl es in Deutschland keine pandemiebedingten Beschränkungen mehr gibt, gibt es viele Unternehmen im DAX-Index, die seit dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie ihre Generalversammlungen ausschliesslich virtuell abgehalten haben.

Die Ethos Stiftung und die Deutsche Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz e.V. (DSW) sind der Ansicht, dass es unerlässlich ist, eine physische Generalversammlung abzuhalten und dem Aktionariat gleichzeitig die Möglichkeit zu geben, sich auch online einzubringen und an den Abstimmungen teilzunehmen (Hybridformat). Dieses Format gibt den Aktionärinnen und Aktionären die Wahl zwischen physischer oder virtueller Teilnahme und stellt sicher, dass mindestens einmal im Jahr ein direkter Kontakt zwischen der Geschäftsleitung, dem Aufsichtsrat und dem Aktionariat des Unternehmens ermöglicht wird. Dies ist ein wichtiger Mechanismus zur Stärkung der Rechenschaft und eine Gelegenheit für einen konstruktiven Dialog in einem formellen Rahmen.

Daher führen Ethos und die DSW einen Dialog mit den grössten DAX-Unternehmen mit Sitz in Deutschland welche seit dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie die jährliche Generalversammlung ausschliesslich virtuell abhalten. Ziel ist es, einen konstruktiven Dialog mit den Unternehmen bezüglich des Formats ihrer jährlichen Generalversammlung zu führen.

Indem sie Unternehmen dazu auffordern, keine rein virtuellen Generalversammlungen durchzuführen, schützen institutionelle Investoren Aktionärsrechte. Daher ist es für institutionelle Investoren wichtig, den Brief zu unterstützen und deutsche Unternehmen aufzufordern, hybride oder physische und keine rein virtuelle Generalversammlungen abzuhalten.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Am 31.12.2024:

- Das Schreiben wurde im Oktober versandt und an den CEO und Aufsichtsratsvorsitz der anvisierten Unternehmen adressiert und weist darauf hin, dass DSW und Ethos Änderungen der Statuten, die eine Erneuerung der Ermächtigung zur Abhaltung von ausschliesslich virtuellen GVs vorsehen, kritisch gegenüberstehen.
- Zusätzlich wurde die Kampagne durch Better Finance und Shareholders for Change unterstützt.
- Mehrere deutsche Wirtschaftsmedien haben die Kampagne aufgegriffen und darüber berichtet.
- Per Ende Jahr haben mehrere Unternehmen reagiert und Bereitschaft zum Dialog signalisiert.

STEUERVERANTWORTUNG VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden
SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 10: Keine Korruption

ZUSAMMENFASSUNG

Der Dialog basiert auf den fünf Erwartungen von Ethos zur Steuerverantwortung, die Ende 2018 an die VR-Präsidien der 150 grössten Unternehmen im SPI versandt wurden:

1. Die Verantwortung für die Steuerstrategie liegt beim Vorstand.
2. Die Grundsätze der Steuerverantwortung werden in den Verhaltenskodex des Unternehmens oder in ein spezielles Dokument aufgenommen, in dem die Steuerpolitik des Unternehmens (tax policy) dargelegt wird.
3. Das Unternehmen zahlt seine Steuern dort, wo der wirtschaftliche Wert generiert wird.
4. Konzerninterne Transaktionen werden zu Marktbedingungen durchgeführt.
5. Das Unternehmen veröffentlicht die Höhe der gezahlten Steuern, Land für Land.

BESCHREIBUNG

Ziel des Dialogs zu diesem Thema ist es, die Unternehmen für die Bedeutung der Transparenz in Bezug auf ihre Steuerpraktiken zu sensibilisieren. Nach etwas mehr als vier Jahren Dialog zu diesem Thema konnten mit einigen Unternehmen ermutigende Ergebnisse erzielt werden. Mehrere haben sich inzwischen bereit erklärt, eine Richtlinie zur Steuerverantwortung einzuführen und diese auf ihrer Website zu veröffentlichen. Einige proaktivere Unternehmen gaben sogar ihre Steuerbeiträge nach Regionen oder nach den wichtigsten Ländern bekannt, in denen sie tätig sind. Hingegen zögern die Unternehmen weiterhin, ihre vollständige Steuererklärung für jedes Land vorzulegen.

Ethos stellt fest, dass in den letzten Jahren in der Europäischen Union (EU) mehrere Gesetze in Kraft getreten sind:

- Das Inkrafttreten der EU-Richtlinie über die länderspezifische öffentliche Berichterstattung (EU's public CbCR Directive) im Dezember 2021, wobei die Länder verpflichtet sind, die Vorschriften bis zum 22. Juni 2023 in nationales Recht umzusetzen. Da jedes multinationale Unternehmen – aus der EU oder aus anderen Ländern –, das derzeit im EU-Binnenmarkt tätig ist, eine ständige Präsenz in der EU hat und einen Umsatz von mehr als 750 Millionen Euro erzielt, diese Anforderungen erfüllen muss, sind auch Unternehmen mit Sitz in der Schweiz betroffen. Gemäss der Richtlinie werden bestimmte multinationale Konzerne oder selbständige Einheiten, unabhängig davon, ob sie ihren Hauptsitz in der EU haben oder nicht, verpflichtet sein, länderspezifische Daten für jeden EU-Mitgliedstaat zu veröffentlichen. Dies gilt für jedes Land, das auf der EU-Liste der für Steuerzwecke nicht kooperativen Gerichtsbarkeiten (der «schwarzen Liste» der EU) steht, und für jedes Land, das seit zwei aufeinander folgenden Jahren auf der Liste der Gerichtsbarkeiten steht, die noch nicht alle internationalen Steuerstandards erfüllen, sich aber zu Reformen verpflichtet haben (der «grauen Liste» der EU).
- Im Dezember 2022 leitete die EU die Umsetzung eines globalen Abkommens der Länder in Richtung einer Besteuerung von 15% ein, was zur Folge haben sollte, dass aggressive Steueroptimierungspläne von Unternehmen eingeschränkt werden.

Diese regulatorischen Pläne sollten letztlich dazu führen, dass der Bedarf an einem Dialog über diese Themen abnimmt und die Schweizer Unternehmen zu mehr Transparenz veranlasst werden. Bis zum Inkrafttreten der EU-Gesetzgebung bestehen jedoch noch zahlreiche Unsicherheiten bezüglich der Qualität der von den Schweizer Unternehmen zu veröffentlichenden Informationen. Ethos schlägt deshalb vor, ihre Aktivitäten im Bereich der Steuerverantwortung fortzusetzen, um die Schweizer Multinationalen dazu zu bewegen, sich für eine vollständige Steuererklärung zu entscheiden, die alle Aktivitäten auf Konzernebene abdeckt.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Seit dieses Thema im Jahr 2018 eingeführt wurde und Ethos ihr Engagement Paper dazu allen Unternehmen im analysierten Universum zustellte, stieg der Anteil der Unternehmen, die Informationen über ihre Steuerverantwortung veröffentlichen, aber nur geringfügig.

2024 veröffentlichten sechs Unternehmen eine länderspezifische Steuererklärung. Bei den Gesprächen erwähnten die Unternehmen, dass sich die freiwillige länderspezifische Veröffentlichung der Steuern nachteilig auswirken könne, weil ihre Konkurrenten so mehr über ihre Steuerstrategie erfahren. Allerdings befürworteten sie eine Veröffentlichungspflicht, weil dadurch alle gleich behandelt würden. Die länderspezifische Berichterstattung sollte folglich für obligatorisch erklärt werden, bevor sie eingeführt wird.

Ethos betont, dass mehrere neuere EU-Regulierungen auf Transparenz bei den Unternehmen setzen. Die im Dezember 2021 in Kraft getretene Europäische Richtlinie über die Veröffentlichung länderspezifischer Steuererklärungen schreibt den Mitgliedstaaten vor, diese Regelung bis am 22. Juni 2023 in ihr innerstaatliches Recht zu überführen, und die Unternehmen müssen ihre länderspezifischen Informationen bis 2026 veröffentlichen. Die Richtlinie gilt für alle in der EU tätigen Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 750 Millionen Euro einschliesslich Gesellschaften mit Sitz in der Schweiz.

Die Vorschrift sollte die Schweizer Unternehmen veranlassen, ihre Transparenz zu erhöhen. Allerdings gibt es weiterhin Unsicherheiten in Bezug auf die Qualität der zu veröffentlichenden Informationen. Ethos wird den Dialog mit den Schweizer Unternehmen fortführen, um die Umsetzung dieser neuen Verpflichtungen zu verfolgen und sich zu vergewissern, dass sie die erhöhten Transparenzanforderungen erfüllen.

TRENNUNG VON GESCHÄFTSLEITUNGS- UND VERWALTUNGSRATSPRÄSIDIEN VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 10: Keine Korruption

ZUSAMMENFASSUNG

Diese Kombination der beiden Schlüsselrollen verstösst gegen die Best Practices der Corporate Governance, da sie eine wirksame Überwachung der Geschäftsleitung durch den Verwaltungsrat verhindert.

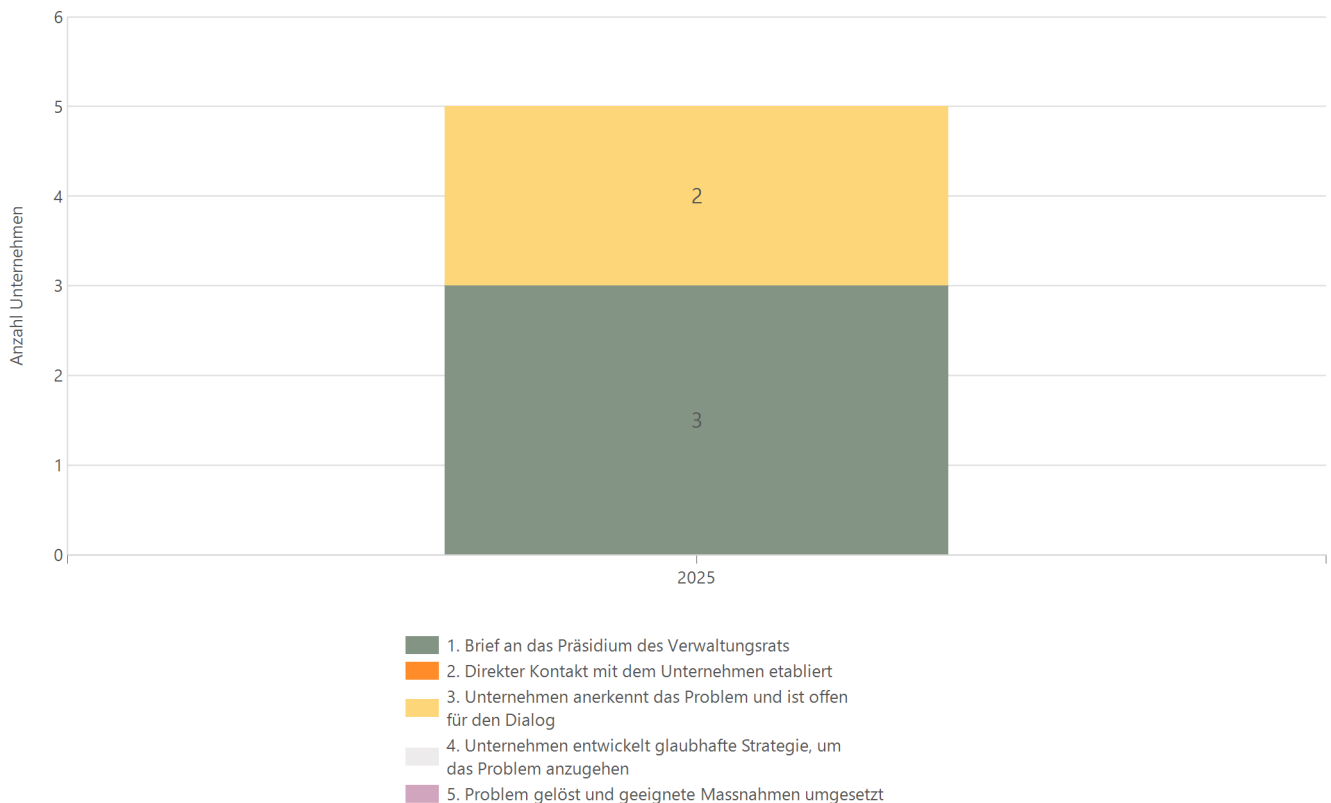
BESCHREIBUNG

Die Kombination der Funktionen von Verwaltungsratspräsidium und CEO entspricht nicht den Best Practices der Corporate Governance, da sie die Fähigkeit des Verwaltungsrats einschränken kann, die Geschäftsleitung wirksam zu überwachen. Die Trennung dieser Funktionen verbessert die Fähigkeit des Verwaltungsrats unabhängige Entscheidungen zu treffen und stärkt seine Aufsichtsfunktion. In der Schweiz ist diese Praxis bei kotierten Unternehmen immer seltener geworden und wird in vielen internationalen Märkten und von Corporate Governance Fachleuten scharf kritisiert.

Diese Kampagne wird von Ethos im Namen der Mitglieder des Ethos Engagement Pool Schweiz und ihrer Engagement Services Kunden durchgeführt. Die Kampagne richtet sich an die Unternehmen im Universum des Ethos Engagement Pool Schweiz, die eine Kombination dieser beiden Funktionen aufweisen und dies nicht nur vorübergehend. Ziel der Kampagne ist es, eine wirksame Trennung dieser beiden Funktionen in den anvisierten Unternehmen zu erreichen.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

ENGAGEMENT-FORTSCHRITT



UMWELT- UND SOZIALBERICHTERSTATTUNG VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 13: Klimaschutz

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen
Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins

ZUSAMMENFASSUNG

Die Umwelt- und Sozialberichterstattung ist von entscheidender Bedeutung, damit Investoren die nichtfinanzielle Leistung eines Unternehmens beurteilen können. Sie ist eine unverzichtbare Grundlage für Investitionsentscheidungen und für die Beurteilung der Art und Weise, wie die Unternehmensführung mit diesen Herausforderungen umgeht. Nach der Ablehnung der Initiative für verantwortungsbewusste multinationale Unternehmen im November 2020 wird der Gegenentwurf "Transparenz in nichtfinanziellen Angelegenheiten" voraussichtlich 2024 für das Geschäftsjahr 2023 in Kraft treten. Es wird die Transparenz von Unternehmen in Bezug auf Umwelt- und Sozialfragen vorschreiben. Auch wenn ein Teil der Erwartungen von Ethos bezüglich der nichtfinanziellen Berichterstattung mit dem Gegenvorschlag erfüllt wird, bleibt das Thema dennoch relevant. Denn der Gesetzestext empfiehlt nicht, einen anerkannten Standard anzuwenden und die Informationen von einer externen Stelle überprüfen zu lassen.

BESCHREIBUNG

Bis heute veröffentlicht fast die Hälfte der Unternehmen im Schweizer EEP-Universum noch immer keinen Nachhaltigkeitsbericht, der nach einem anerkannten Standard erstellt wurde. Zudem variieren Qualität, Quantität und Relevanz der veröffentlichten Informationen zwischen den Unternehmen noch immer stark, was eine Vergleichbarkeit verhindert. Natürlich ist die Veröffentlichung eines Berichts kein Selbstzweck, aber die Berichterstattung bleibt ein unverzichtbares Instrument, um den Aktionären Rechenschaft über die von den Unternehmen im betrachteten Jahr ergriffenen Massnahmen und erzielten Fortschritte abzulegen.

Im Jahr 2023 stellte Ethos zahlreiche Fortschritte der Unternehmen in diesem Bereich fest und viele Unternehmen initiierten interne Projekte, um relevante Indikatoren zu identifizieren, zu messen und zu veröffentlichen. Die Analyse der neuen Nachhaltigkeitsberichte ist im Gange. Ethos wird jedoch weiterhin bei den Unternehmen auf die Notwendigkeit einer transparenten Kommunikation nach einem international anerkannten und weitgehend genutzten Berichtsrahmen wie der Global Reporting Initiative (GRI) drängen.

Im Jahr 2024 schlägt Ethos deshalb vor, das Engagement bei den Unternehmen fortzusetzen und dabei folgende Punkte besonders zu betonen:

- Unternehmen, die keine Informationen veröffentlichen, auffordern, mit einem Bericht zu beginnen, der den Schwerpunkt auf ihre materiellen Herausforderungen legt ;
- Unternehmen dazu ermutigen, einen anerkannten Standard für die Berichterstattung zu übernehmen, insbesondere den "GRI-Standard" ;
- An Konsultationen von Unternehmen teilnehmen, die eine Materialitätsanalyse durchführen, um die vorrangigen ES-Issues zu definieren;
- Unternehmen, die bereits nach einem Standard berichten, dazu ermutigen, dies der Schweizer Börse zu melden ("opt in");
- Unternehmen auffordern, die Qualität ihrer Berichterstattung zu verbessern, indem sie wichtige Leistungsindikatoren für mindestens drei Jahre sowie genaue Zielvorgaben für jeden Indikator veröffentlichen;
- Ermutigen Sie die Unternehmen, ihre nichtfinanzielle Berichterstattung von einer externen, anerkannten und unabhängigen Prüfstelle überprüfen zu lassen und die Prüfberichte zu veröffentlichen.

Es sei darauf hingewiesen, dass laut dem Gegenentwurf zur Initiative für verantwortungsvolle multinationale Unternehmen die Aktionäre über die Nachhaltigkeitsberichte abstimmen sollen. Der Zeitpunkt der Umsetzung wird auf politischer Ebene noch diskutiert und könnte erst an den GV 2025, die das Geschäftsjahr 2024 abdecken, erfolgen. In diesem Zusammenhang hat Ethos die Kriterien, die zur Genehmigung eines Nachhaltigkeitsberichts angewendet werden sollen, in seine Richtlinien aufgenommen.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Immer mehr Unternehmen veröffentlichen einen von Ethos als zufriedenstellend bewerteten Nachhaltigkeitsbericht zu den wichtigsten Themen einschliesslich quantitativer Indikatoren, und 58 % haben ihren Bericht 2024 gemäss dem GRI-Standard erstellt.

Im Übrigen wirken sich verschiedene Gesetzesänderungen bereits jetzt oder in Zukunft positiv auf die Qualität und Quantität der von den Unternehmen veröffentlichten extrafinanziellen Informationen aus. Artikel 964a ff. OR verpflichtet Unternehmen ab einer bestimmten Grösse, einen Bericht über die nichtfinanziellen Belange zu erstellen und anschliessend dem Aktionariat zur Genehmigung vorzulegen. Parallel dazu hat der Bundesrat eine Verordnung verabschiedet, mit der der Inhalt des Klimateils in dem ab 2025 (zum Geschäftsjahr 2024) zu veröffentlichenden Bericht über die nichtfinanziellen Belange näher umschrieben wird.

Trotz der neuen gesetzlichen Bestimmungen unterscheiden sich die veröffentlichten Berichte bezüglich Inhalt und Qualität stark und vermögen die Erwartungen von Ethos nicht immer zu erfüllen. Entsprechend sind der Dialog und die Messung der von den Unternehmen erzielten Fortschritte weiterhin unabdingbar. Des Weiteren wird Ethos den bevorstehenden Entscheid der Bundesversammlung zur Revision von Artikel 964a ff. OR genau beobachten. Im Vorentwurf ist insbesondere eine obligatorische Prüfung der entsprechenden Berichte und die Pflicht zur Beachtung von auf dem Verordnungsweg näher umschriebenen Informationsnormen vorgesehen.

UNABHÄNGIGKEIT DER VERWALTUNGSRÄTE VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 10: Keine Korruption

ZUSAMMENFASSUNG

Ethos ist der Ansicht, dass ein Verwaltungsrat mindestens 50% unabhängige Mitglieder aufweisen sollte, um die Objektivität und die angemessene Vertretung der Interessen der Minderheitsaktionärinnen und -aktionären bei der Entscheidungsfindung zu gewährleisten.

BESCHREIBUNG

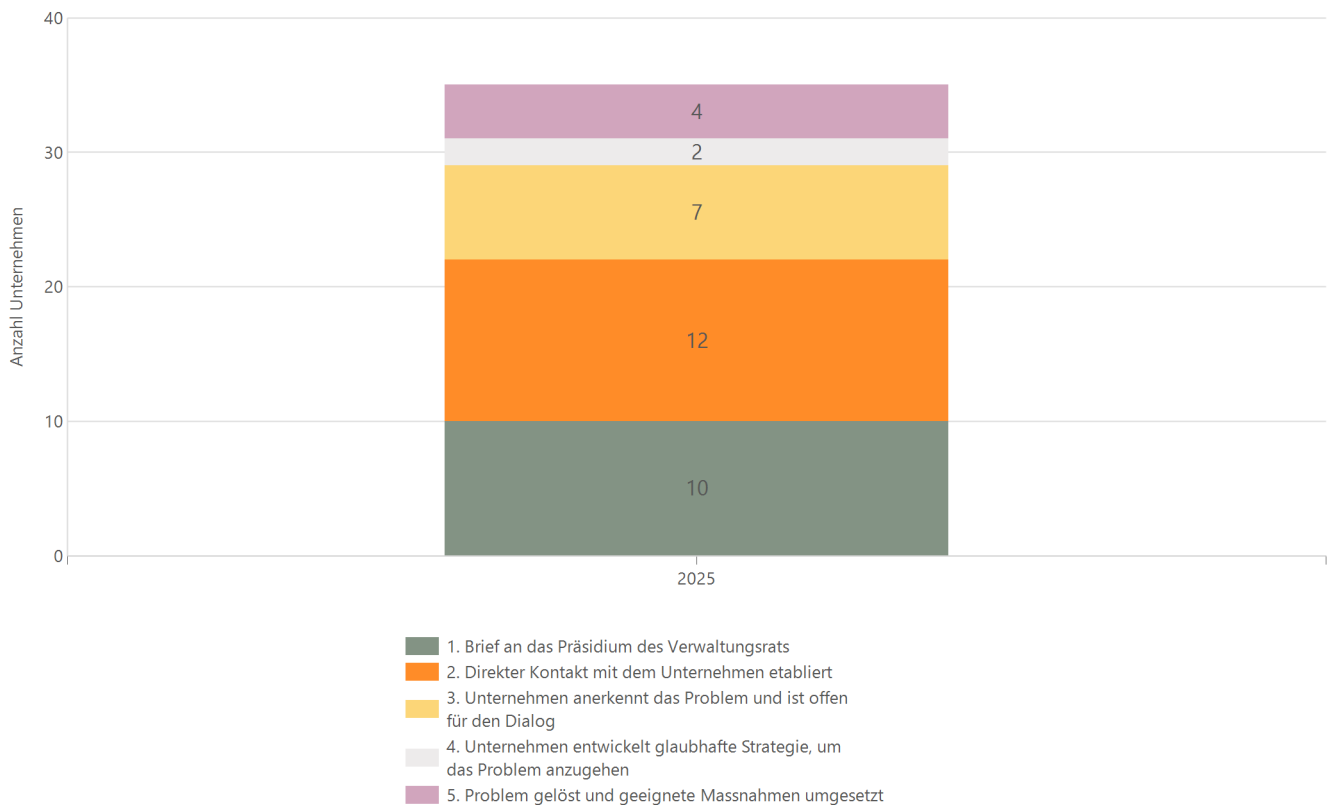
Eine ausgewogene Zusammensetzung des Verwaltungsrats ist unerlässlich, um sicherzustellen, dass die Aktivitäten eines Unternehmens unabhängig, objektiv und im besten Interesse des gesamten Aktionariats, einschliesslich der Minderheitsaktionärinnen und -aktionäre, durchgeführt werden. Um dies zu erreichen, sollte ein Verwaltungsrat über genügend unabhängige Mitglieder verfügen, die über ihre Mitgliedschaft im Verwaltungsrat hinaus keine Verbindungen zum Unternehmen haben.

Gemäss den Abstimmungsrichtlinien von Ethos umfassen die Unabhängigkeitskriterien unter anderem:

- Keine Vertretung einer Grossaktionärin oder -aktionärs
- Amtszeit im Verwaltungsrat von weniger als 12 Jahren
- Keine Geschäftsbeziehung mit dem Unternehmen
- Keine leitende Funktionen im Unternehmen

Ziel der Kampagne ist es, die Unabhängigkeit der Verwaltungsräte der ausgewählten Unternehmen auf mindestens 50% zu erhöhen.

ENGAGEMENT-FORTSCHRITT



VERGÜTUNGEN DER FÜHRUNGSINSTANZEN VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 1: Unterstützung und Achtung der Menschenrechte

ZUSAMMENFASSUNG

Hinsichtlich der Vergütungen der Führungsinstanzen fordert die Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegÜV), dass die börsenkotierten Schweizer Unternehmen an der Generalversammlung die Genehmigung für die Summen der Vergütungen des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung beantragen. Aufgrund des breiten Interpretationsspielraums, den die Vergütungsverordnung den Unternehmen gewährt, und ungeachtet des seit mehreren Jahren intensiv geführten Dialogs sind immer noch grosse Unterschiede festzustellen, was die Modalitäten der Abstimmungen und die geforderten Summen betrifft. Das ist auch hinsichtlich der Transparenz der Vergütungsberichte der Fall, die von Unternehmen zu Unternehmen beträchtlich variieren.

BESCHREIBUNG

Für 2024 plant Ethos keine Änderungen der Prioritäten für den Dialog über die Vergütungen. Von den Unternehmen wird also Folgendes erwartet:

- Veröffentlichung der zum Vergleich der erbrachten Leistungen herangezogenen Referenzgruppe (Peer Group) sowie der an die Führungsinstanzen bezahlten Vergütungen.
- Lieferung ausreichender Erklärungen (ex-post) zu den festgelegten Zielen und deren Erreichungsgrad (für den Jahresbonus oder die fällig werdenden langfristigen Beteiligungspläne). Dies ermöglicht den Aktionärinnen und Aktionären, den Zusammenhang zwischen Vergütung und Leistung sowie die Stichhaltigkeit der tatsächlich an die Geschäftsleitungsmitglieder bezahlten Beträge zu kontrollieren.
- Veröffentlichung sowohl der Gesamtvergütung für die Geschäftsleitung zum Zeitpunkt der Zuteilung («at grant») als auch der effektiven Gesamtvergütung («realized remuneration»), das heisst die Summe der verschiedenen im Berichtsjahr erhaltenen Beträge. Im Unterschied zur Vergütung bei der Zuteilung umfasst die effektive Vergütung das Grundgehalt und die verschiedenen Beiträge (Pensionskasse, Sachleistungen, usw.), den Jahresbonus sowie den tatsächlich aus dem im Berichtsjahr fällig gewordenen langfristigen Beteiligungsplan erhaltenen Betrag. Diese Informationen erlauben den Aktionärinnen und Aktionären, den Zusammenhang zwischen Vergütung und Leistung zu überprüfen.
- Verbesserung der Transparenz der Traktandenliste bei denjenigen Punkten, welche die Genehmigung der Vergütung für den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung betreffen, vor allem bei prospektiver Abstimmung über die Beträge. Damit die Aktionärinnen und Aktionäre vorgängig einer Summe zustimmen können, sollten die Unternehmen wie folgt vorgehen:
 1. • Den für den CEO bestimmten Anteil getrennt von jenem der übrigen Mitglieder der Geschäftsleitung veröffentlichen. Denn der Unterschied der Vergütung zwischen diesen beiden Kategorien ist oft sehr gross (dasselbe gilt analog auch für den Präsidenten und die übrigen Mitglieder des Verwaltungsrats).
 2. • Die für die fixe Vergütung, die kurzfristige variable Vergütung und die langfristige variable Vergütung reservierten Anteile getrennt veröffentlichen.
 3. • Die Summe beantragen, die dem maximalen Betrag entspricht, der am Ende des Leistungszeitraums gezahlt werden kann, insbesondere bei langfristigen Beteiligungsplänen mit Hebelwirkung. Gegebenenfalls sind die Bewertungsmethode der Aktien/Optionen sowie die Anzahl der Begünstigten anzugeben, die in den Genuss dieser Leistungen kommen.
- Weitere Verbesserung des Systems für die Vergütung der Geschäftsleitung. Voraussetzung dafür ist in erster Linie:
 1. • Die Begrenzung des variablen Anteils der Vergütung.
 2. • Die definitive Zuteilung des grössten Teils der variablen Vergütung vom Erreichen langfristiger Leistungsziele abhängig zu machen, die sowohl auf absolute Weise als auch in Bezug auf die Referenzgruppe zu messen sind. Dies ist umso wichtiger, weil die Vergütungen für die Geschäftsleitungsmitglieder hoch sind.
- Ermutigung der Unternehmen zur Erfassung relevanter, messbarer und geprüfter extrafinanzieller Performancekriterien in ihr variables Vergütungssystem. Im Rahmen von langfristigen Vergütungsplänen sind besonders Ziele im Bereich des Umweltschutzes geeignet (zum Beispiel Ziele zur Emissionsreduktion), während in einem System mit jährlichem Bonus soziale Indikatoren relevant sein können (Indikatoren betreffend Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz, Menschenrechte oder Personalfuktuationen). Solche Kriterien werden zunehmend in die Vergütungssysteme integriert. Allerdings sollten sie einer kritischen Betrachtung unterzogen werden, um sicherzustellen, dass sie ambitioniert und messbar sind sowie transparent in den Unternehmensunterlagen veröffentlicht werden.
- Bei Unternehmen, die Performancekriterien im Bereich Klimaschutz berücksichtigen, wird Ethos vor allem prüfen, ob die Kriterien für die CO₂-Emissionsreduktion mit einer globalen Erwärmung von höchstens 1,5° vereinbar sind.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Die Vergütung der Führungsinstanzen ist ein Schwerpunktthema des Dialogs von Ethos. Eine transparente, angemessene und langfristig orientierte Vergütung ist ein zentrales Element langfristiger Wertschöpfung. Nach Ansicht von Ethos sollten die variablen Vergütungen begrenzt werden, um das Eingehen übermässiger Risiken zu vermeiden.

Seit Beginn des Engagements von Ethos zu diesem Thema in der Schweiz im Jahr 2005 konnten erhebliche Fortschritte verzeichnet werden. Insbesondere besitzt das Aktionariat heute umfangreiche Rechte an der GV, um Exzesse zu verhindern.

VERSTÖSSE GEGEN INTERNATIONALE NORMEN (2024)

SDG

SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen
SDG 10: Weniger Ungleichheiten
SDG 13: Klimaschutz
SDG 15: Leben an Land

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 1: Unterstützung und Achtung der Menschenrechte
Prinzip 2: Keine Mitschuld an Menschenrechtsverletzungen
Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen
Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins

ZUSAMMENFASSUNG

Engagement-Kampagne von Ethos, um Unternehmen, die schwerwiegend oder wiederholt gegen internationale Normen verstossen haben, aufzufordern, Massnahmen zu ergreifen, um den Missstand zu beheben.

BESCHREIBUNG

Internationale Normen beziehen sich auf mehrere universelle, nicht bindende Grundsätze und Standards für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln in einem globalen Kontext. Diese Normen stehen im Einklang mit geltenden Gesetzen und international anerkannten Konventionen. Die bekanntesten Normen sind die Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC), die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen und die Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte (UNGPs). Diese globalen Instrumente zielen darauf ab, nachteilige ökologische und soziale Auswirkungen von Unternehmenstätigkeiten vorzubeugen und zu bewältigen. Es ist allgemein anerkannt, dass Unternehmen verantwortlich sind, diese internationalen Normen zu respektieren und für Abhilfe zu sorgen, wenn sie gegen sie verstossen. Internationale Normen decken ein breites Spektrum von Nachhaltigkeitsthemen in den Bereichen Menschen- und Arbeitsrechte, Umwelt, Biodiversität und Korruption ab.

Verstösse gegen internationale Normen durch multinationale Unternehmen können für institutionelle Investoren eine Herausforderung darstellen, da sie insbesondere bei passiven Anlagen fast unvermeidlich sind. Unternehmen im Portfolio zu haben, die gegen internationale Normen verstossen, kann zu Reputations-, Rechts- und Investitionsrisiken für Investoren führen. Aus diesem Grund überprüft Ethos regelmässig die Unternehmen im MSCI World Index und führt einen Dialog mit den Unternehmen, die gegen internationale Normen verstossen, um sie aufzufordern, das Problem anzugehen und die Situation zu beheben.

Der Prozess dieser direkten Engagement-Kampagne läuft wie folgt ab:

- I. Ethos überprüft das Universum auf mutmassliche Verstösse gegen internationale Mindestnormen.
- II. Ethos kategorisiert die festgestellten Verstösse.
- III. Ethos wählt Unternehmen für ein Engagement aus (je nach Art des Vorfalls, Gewicht im Index und Erfolgsaussichten).
- IV. Ethos eröffnet den direkten Dialog durch einen formellen Brief an das Verwaltungsratspräsidium.
- V. Ethos führt das Engagement per E-Mail und/oder Telefon durch.
- VI. Ethos verfolgt den Fortschritt des Engagements mit Hilfe des Ethos-Etappensystems.

Das Engagement kann sich auf jeden Sektor beziehen und richtet sich in der Regel an nachhinkende Unternehmen, die schwerwiegend gegen internationale Normen verstossen haben. Um eine positive Veränderung herbeizuführen, werden folgende Ziele verfolgt:

- Beseitigung des Verstosses
- Wiedergutmachung des Verstosses
- Verbesserung der Managementprozesse zur Vermeidung weiterer Verstösse
- Möglicherweise zusätzliche unternehmensspezifische Ziele

Werden die Ziele des Engagements nicht innerhalb eines angemessenen Zeitrahmens erreicht, hat Ethos die Möglichkeit, das Engagement zu intensivieren und den Mitgliedern des EEP International und Ethos Engagement Services Clients zu empfehlen, das betreffende Unternehmen aus ihrem Anlageuniversum auszuschliessen.

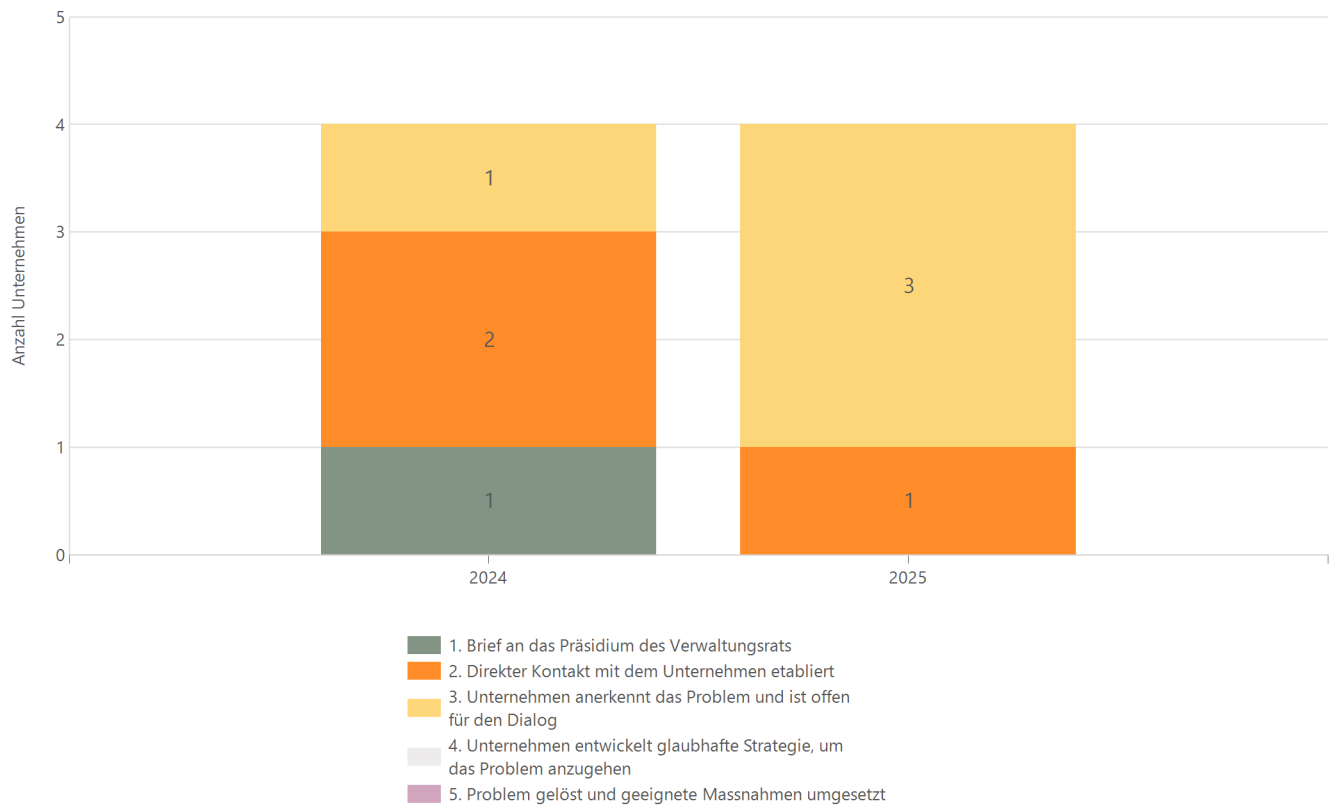
Die Argumente für Unternehmen, internationalen Normen zu respektieren, Verstösse zu beheben und angemessene Managementprozesse einzuführen, um zukünftige Verstösse zu vermeiden und dass Investoren die Unternehmen in diesem Sinne beeinflussen, sind überzeugend.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

Am 31.12.2024:

- Bis Ende Jahr konnte einzig mit Freeport Mc MoRan noch kein Kontakt hergestellt werden trotz Erinnerungsmails.
- Mit den anderen drei Unternehmen wurde ein direkter Kontakt hergestellt. Erste Konferenztelefonate sind für Beginn 2025 geplant.

ENGAGEMENT-FORTSCHRITT



ZUSAMMENSETZUNG UND FUNKTIONSWEISE DES VERWALTUNGSRATS VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

SDG

SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 10: Keine Korruption

ZUSAMMENFASSUNG

Als oberstes Organ einer Aktiengesellschaft wird der Verwaltungsrat von seinen Aktionärinnen und Aktionären gewählt, die grossen Wert auf seine Zusammensetzung legen. Die Fähigkeiten, Unabhängigkeit, Diversität und Verfügbarkeit der Verwaltungsratsmitglieder stellen daher nach wie vor Schwerpunktthemen dar. Ethos führt seit 2005 einen Dialog mit allen Schweizer Unternehmen zu diesen Themen.

BESCHREIBUNG

Die Ziele des Engagements sind folgende:

- Optimierung der Zusammensetzung des Rates im Hinblick auf die Kompetenzen, die Unabhängigkeit, die Vielfalt und die Verfügbarkeit seiner Mitglieder. Daher ist es wichtig, darauf zu achten, dass die verschiedenen Aspekte der Vielfalt (Geschlecht, Alter, geografische Vertretung) sowie der Kompetenzen (auch im Hinblick auf die Digitalisierung) im Rat gut vertreten sind.
- Sensibilisierung der Unternehmen, die im neuen Obligationenrecht vorgesehenen Quoten von 30% Frauen im Verwaltungsrat und 20% Frauen in der Generaldirektion innerhalb eines vernünftigeren Zeitrahmens als im Gesetz vorgesehen (2026 für den Verwaltungsrat und 2031 für die Generaldirektion) zu erfüllen. Ethos wandte 2022 im Rahmen ihrer Empfehlungen an die Generalversammlung ein neues Kriterium an. Bei den Unternehmen des SPI lehnte Ethos die Wiederwahl von zwanzig Verwaltungsratsmitgliedern aus dem EEP-Universum ab (Präsident des Nominationsausschusses oder VR-Präsident, falls kein Nominationsausschuss besteht), falls die Geschlechtervielfalt ungenügend war. In mehreren Dialogen mit den Unternehmen zeigten sich diese offen und verpflichteten sich, ihre Nachfolgeplanung und ihre Diversitätsziele transparenter zu machen.
- Sorgen Sie für eine regelmäßige Erneuerung des Vorstands, um seine Kompetenzen zu aktualisieren und ihn zu verjüngen, damit die Dynamik erhalten bleibt, die notwendig ist, um die Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen. Die Erneuerung des Vorstands ermöglicht die Einführung neuer Ideen und Denkweisen und ist auch eine Gelegenheit, die Vielfalt zu erhöhen. Die Transparenz bezüglich der Nachfolgeplanung soll verbessert werden, insbesondere bei Unternehmen mit einem im Verwaltungsrat vertretenen Grossaktionär. Für 2023 plant Ethos eine Änderung der Abstimmungsrichtlinien, um die Wiederwahl von Verwaltungsratsmitgliedern abzulehnen, wenn deren Amtszeit ohne triftige Begründung 16 Jahre (statt 20 Jahre) überschreitet.

Governance im Bereich Nachhaltigkeit ist für Unternehmen von zentraler Bedeutung, um überzeugende Umwelt- und Sozialstrategien sowie relevante und qualitativ hochwertige Informationen zu entwickeln. Diese Governance erfordert, dass die Verwaltungsräte ausreichende Kompetenzen in diesem Bereich entwickeln und gegenüber den Aktionären Rechenschaft über ihre Beteiligung an der Festlegung und Überwachung der Nachhaltigkeitsstrategie ablegen. In diesem Zusammenhang wird Ethos die folgenden Forderungen an die Unternehmen systematisieren:

- Einsetzung eines für Nachhaltigkeitsfragen verantwortlichen Ausschusses bei den grössten Unternehmen (SMI Expanded) . ;
- Veröffentlichung der vom Verwaltungsrat und seinen Ausschüssen geleisteten Arbeiten zu Nachhaltigkeitsfragen in den Jahresberichten ;
- Ernennung von Mitgliedern mit Kompetenzen und Erfahrung im Bereich der Nachhaltigkeit, insbesondere in Bezug auf unternehmensspezifische Herausforderungen ;
- Auseinandersetzung des Prüfungsausschusses mit den möglichen Auswirkungen des Klimawandels auf die Bewertung der Vermögenswerte des Unternehmens.

ERGEBNIS-ÜBERSICHT

2024 sind die meisten Indikatoren zur Zusammensetzung des VR der im Analyseuniversum vertretenen Unternehmen stabil geblieben – teilweise auf einem zufriedenstellenden Niveau.

Im Hinblick auf die Diversität sprach sich Ethos gegen die Wiederwahl der Präsidentinnen und Präsidenten der Nominationsausschüsse aus, wenn im VR ohne zu-reichende Begründung weniger als 20 % Frauen Einsitz hatten. Ethos führte mit den Unternehmen zahlreiche Gespräche über die VR-Zusammensetzung, namentlich vor der jeweiligen GV.

Die Aufrechterhaltung eines regelmässigen Dialogs zu diesen Themen bleibt wichtig, insbesondere um sicherzustellen, dass neue Herausforderungen wie etwa Umwelt- und Sozialfragen, digitale Verantwortung oder Steuerverantwortung in den VR-Diskussionen berücksichtigt werden.



BEHÖRDEN

5. BEHÖRDEN

5.1 ENGAGEMENT-KAMPAGNEN MIT BEHÖRDEN

NAME DER KAMPAGNE	KAMPAGNE UNTERSCHRIEBEN AM
TOTAL 0	

Die von Ethos initiierten Kampagnen sind fettgedruckt.

5.2 ENGAGEMENT-AKTIVITÄTEN MIT BEHÖRDEN

5.3 EINZELHEITEN DER ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

Es sind keine Daten verfügbar.

ANHÄNGE

6. ZUORDNUNGEN

Bitte beachten Sie, dass eine Engagement-Aktivität mehrere Themen betreffen kann. Ethos wendet die folgende Zuordnung an, um die Themen in die gängigen Säulen Umwelt, Soziales und Governance einzuordnen.

THEMEN
Umwelt
Umweltauswirkung
Klimawandel
Biodiversität
Abholzung
Soziales
Arbeitnehmerrechte
Gesundheit & Sicherheit
Einhaltung der Menschenrechte
Governance
Zusammensetzung und Funktionsweise des VR
Vergütung
Rechte der Aktionäre
Weitere Themen der Corporate Governance
Diversität
Verhaltenskodex
Geschäftsethik
Steuerverantwortung
Digitale Verantwortung
Nachhaltigkeitsstrategie
ES reporting
Verfügbarkeit von ESG-Richtlinien
Lobbying

Ethos wendet die folgende Zuordnung an, um die Art der Aktivität in die Kategorien "Schriftliche Kommunikation", "Mündliche Kommunikation" oder "Andere" einzuordnen.

ART DER AKTIVITÄT
Schriftliche Kommunikation
Email
Brief
Investor Statement
Pressemitteilung
Aktionärsantrag
Andere
Mündliche Kommunikation
Treffen
Telefonkonferenz
Telefonat
Stellungnahme an GV
Andere
Unbestimmt
Öffentliche Analyse/Bericht
Ethos-Bericht übermittelt

7. ZUSAMMENFASSUNG NACH UNTERNEHMEN

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
3i	-	2	-	2	-	3
3M Company	-	3	-	0	-	0
AAC Technologies	-	-	-	-	-	-
ABB	1	3	2	0	6	6
Abbott Laboratories	-	-	-	-	-	-
Abbvie	-	1	-	0	-	0
ABN Amro Bank	-	1	-	3	-	0
Accelleron Industries	1	3	2	0	5	4
Accenture	-	-	-	-	-	-
Acciona	-	-	-	-	-	-
Accor	-	-	-	-	-	-
ACS, Actividades Construcción y Servicios S.A.	-	-	-	-	-	-
Addtech	-	-	-	-	-	-
Adecco	1	2	2	3	6	8
Adidas	1	1	2	7	0	4
Admiral Group	-	2	-	1	-	2
Adobe	-	-	-	-	-	-
Advanced Micro Devices	-	0	-	1	-	0
Advantest	-	-	-	-	-	-
Adyen	-	-	-	-	-	-
Aegon	-	-	-	-	-	-
AENA	-	-	-	-	-	-
Aeon	0	-	1	-	0	-
Aercap Holdings	-	-	-	-	-	-
Aevis Victoria	1	1	2	0	7	5
AFLAC	-	-	-	-	-	-
AGC	-	2	-	0	-	0
Ageas	-	-	-	-	-	-
Agilent Technologies	-	-	-	-	-	-
Agnico Eagle Mines	-	-	-	-	-	-
Agricultural Bank of China	-	0	-	3	-	0
Ahold Delhaize	1	4	1	0	0	1
AIA Group	-	-	-	-	-	-
AIB Group	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Air Liquide	-	7	-	0	-	3
Air Products and Chemicals	-	2	-	0	-	0
Airbus Group	-	3	-	0	-	5
Ajinomoto	-	-	-	-	-	-
Aker BP	-	-	-	-	-	-
AkzoNobel	-	2	-	0	-	0
Alcon	2	5	2	0	6	4
Alexandria Real Estate Equities	-	-	-	-	-	-
Alfa Laval	-	-	-	-	-	-
Alibaba Group	-	1	-	0	-	2
Alibaba Health Information Technology	-	-	-	-	-	-
Alimentation Couche-Tard	0	1	1	0	0	0
Allegion	-	-	-	-	-	-
Alliant Energy	-	-	-	-	-	-
Allianz	0	-	0	-	1	-
Allreal	1	1	2	0	6	5
Allstate	-	-	-	-	-	-
Alnylam Pharmaceuticals	-	-	-	-	-	-
Alphabet	1	1	0	0	0	5
Also	2	4	2	2	7	6
Alstom	-	-	-	-	-	-
AltaGas	-	-	-	-	-	-
Altria	-	-	-	-	-	-
Amadeus IT	-	-	-	-	-	-
Amazon.com	1	4	1	9	0	12
Amentum Holdings	-	-	-	-	-	-
Ameren	-	3	-	0	-	2
American Electric Power	-	3	-	0	-	2
American Express Company	-	-	-	-	-	-
American International Group	-	-	-	-	-	-
American Tower	-	-	-	-	-	-
American Water Works	-	-	-	-	-	-
Ameriprise Financial	-	-	-	-	-	-
Amgen	-	-	-	-	-	-
Amphenol	0	0	1	1	0	0
Amrize	-	1	-	1	-	1
ams-Osram	2	3	2	0	6	3
Amundi	-	1	-	0	-	2
Analog Devices	0	0	1	1	0	0
Anglo American	0	6	1	9	0	10
Anheuser-Busch Inbev	1	1	1	0	0	0
Annaly Capital Management	-	-	-	-	-	-
Anta Sports Products	0	-	1	-	0	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Antofagasta	-	2	-	2	-	2
ANZ Group Holdings	-	0	-	3	-	0
AP Moeller-Maersk	-	3	-	0	-	2
APG SGA	1	0	2	0	5	2
Apple	1	1	1	3	0	8
Applied Materials	0	-	1	-	0	-
Aptiv	-	-	-	-	-	-
Arbonia	2	4	2	0	6	4
ArcelorMittal	0	3	1	3	1	3
Arch Capital Group	-	-	-	-	-	-
Argenx	-	-	-	-	-	-
Arista Networks	-	-	-	-	-	-
Aristocrat Leisure	-	-	-	-	-	-
Arthur J. Gallagher & Co.	-	-	-	-	-	-
Aryzta	2	4	2	0	5	2
Asahi Group Holdings	1	1	1	0	0	0
Asahi Kasei	-	-	-	-	-	-
Ascom	1	1	1	2	5	2
ASE Technology	-	-	-	-	-	-
Ashtead Group	-	2	-	1	-	2
ASM International	-	-	-	-	-	-
ASML	0	0	1	2	0	1
ASR Nederland	-	-	-	-	-	-
Assa Abloy	-	-	-	-	-	-
Assicurazioni Generali	-	-	-	-	-	-
Associated British Foods	1	4	2	11	0	8
Astellas Pharma	-	-	-	-	-	-
AstraZeneca	-	3	-	1	-	2
ASUSTeK Computer	-	-	-	-	-	-
AT&T	-	-	-	-	-	-
Atlas Copco	-	-	-	-	-	-
Atlassian	-	-	-	-	-	-
Atmos Energy	-	-	-	-	-	-
AUO	-	-	-	-	-	-
Autodesk	-	-	-	-	-	-
Automatic Data Processing	-	-	-	-	-	-
Autoneum	2	3	2	0	7	6
Autotrader Group	-	2	-	1	-	2
Avalonbay Communities	-	-	-	-	-	-
Aviva	-	2	-	1	-	2
AXA	-	-	-	-	-	-
Axon Enterprise	-	-	-	-	-	-
Bachem	2	2	2	1	6	2

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Bae Systems	-	2	-	1	-	2
Baidu	-	0	-	0	-	2
Baker Hughes	-	-	-	-	-	-
Ball	-	-	-	-	-	-
Banca Mediolanum	-	-	-	-	-	-
Banca Monte dei Paschi di Siena	-	-	-	-	-	-
Banco BPM	-	-	-	-	-	-
Banco Comercial Portugues	-	-	-	-	-	-
Banco Sabadell	-	-	-	-	-	-
Banco Santander	-	1	-	3	-	0
Bank of America	-	0	-	3	-	0
Bank of China	-	0	-	3	-	0
Bank of Communications	-	-	-	-	-	-
Bank of Ireland	-	-	-	-	-	-
Bank of Montréal	-	0	-	3	-	0
Bank of New York Mellon Corp.	-	-	-	-	-	-
Bank of Nova Scotia	-	0	-	3	-	0
Bankinter	-	-	-	-	-	-
Banque Cantonale Vaudoise	1	4	2	1	5	4
Barclays	-	5	-	5	-	3
Barratt Redrow	-	2	-	1	-	2
Barrick	0	4	1	5	1	0
Barry Callebaut	1	0	2	0	7	4
Basellandschaftliche Kantonalbank	1	1	2	1	5	1
BASF	-	10	-	0	-	3
Basilea	1	1	2	0	5	3
Basler Kantonalbank	1	1	2	1	5	1
Bayer	-	13	-	7	-	2
BBVA	-	1	-	3	-	0
BE Semiconductor Industries	-	-	-	-	-	-
Becton Dickinson	-	-	-	-	-	-
Beijing Enterprises Holdings	-	-	-	-	-	-
Beijing Enterprises Water Group	-	-	-	-	-	-
Belimo	2	3	2	1	7	4
Bell Food Group	2	4	2	0	7	6
Berkshire Hathaway	-	3	-	0	-	2
Best Buy	-	0	-	1	-	0
BHP	0	4	1	4	0	4
Biogen	-	-	-	-	-	-
BKW	2	5	2	1	6	4
BlackRock	-	1	-	0	-	4
Block	-	-	-	-	-	-
BMW	0	6	1	2	1	2

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
BNP Paribas	-	1	-	3	-	0
BOC Hong Kong (Holdings)	-	-	-	-	-	-
Boliden	-	-	-	-	-	-
Booking Holdings	-	-	-	-	-	-
Bossard	1	2	2	1	5	3
Boston Scientific	-	-	-	-	-	-
Bouygues	-	1	-	1	-	0
BP	1	15	1	1	0	10
BPER Banca	-	-	-	-	-	-
Brambles	-	-	-	-	-	-
Bridgestone	-	-	-	-	-	-
Brilliance China Auto	-	-	-	-	-	-
Bristol-Myers Squibb	-	1	-	0	-	0
British American Tobacco	-	2	-	1	-	2
Broadcom	0	0	1	1	0	0
Broadridge Financial Solutions	-	-	-	-	-	-
Brookfield Asset Management Ltd	-	-	-	-	-	-
Brookfield Corp	-	-	-	-	-	-
Brookfield Wealth Solutions	-	-	-	-	-	-
BT Group	-	2	-	1	-	2
Bucher Industries	2	5	2	3	5	3
Budweiser Brewing	-	-	-	-	-	-
Bunge	2	7	0	0	0	2
Bunzl	-	2	-	1	-	2
Burckhardt Compression	2	5	2	2	5	5
Bureau Veritas	-	-	-	-	-	-
Burkhalter Holding	2	4	2	1	6	4
Buzzi	-	1	-	0	-	0
BYD Company	0	-	1	-	0	-
BYD Electronic	-	-	-	-	-	-
C.H. Robinson Worldwide	-	-	-	-	-	-
Cable One	-	-	-	-	-	-
Cadence Design Systems	-	-	-	-	-	-
CAE	-	-	-	-	-	-
CaixaBank	-	1	-	2	-	0
Calida	1	2	1	0	6	5
Campari Group	1	1	0	0	0	0
Canadian Imperial Bank of Commerce	-	0	-	3	-	0
Canadian National	-	-	-	-	-	-
Canadian Natural	0	6	1	0	0	2
Canadian Pacific Kansas City	-	-	-	-	-	-
Canadian Tire	-	-	-	-	-	-
Canadian Utilities	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Canon	0	0	1	1	0	0
Capgemini	-	-	-	-	-	-
Capital One Financial	-	-	-	-	-	-
Capitaland Investment	-	-	-	-	-	-
CAR Group	-	-	-	-	-	-
Carrefour	1	13	1	0	0	2
Carrier Global	-	-	-	-	-	-
Catcher	-	-	-	-	-	-
Caterpillar	-	3	-	0	-	2
Cathay Financial Holding	-	-	-	-	-	-
CBRE Group	-	-	-	-	-	-
CDW	-	-	-	-	-	-
Cellnex Telecom	-	-	-	-	-	-
Celltrion	-	-	-	-	-	-
Cembra Money Bank	1	3	2	0	5	4
Cenovus	-	-	-	-	-	-
Centene	-	-	-	-	-	-
Centerpoint Energy	-	-	-	-	-	-
Central Japan Railway	-	-	-	-	-	-
Centrica	-	5	-	1	-	4
CGI Group	-	-	-	-	-	-
Chailease Holding	-	-	-	-	-	-
Cham Swiss Properties	-	1	-	0	-	3
Charles Schwab Corp.	-	-	-	-	-	-
Cheniere	-	-	-	-	-	-
Chevron	0	5	1	0	0	2
China Communications Construction (CCCC)	-	-	-	-	-	-
China Conch Venture Holdings	-	-	-	-	-	-
China Construction Bank	-	0	-	3	-	0
China Everbright International	-	-	-	-	-	-
China Feihe	-	-	-	-	-	-
China Life Insurance	-	-	-	-	-	-
China Mengniu Dairy	-	1	-	0	-	0
China Merchants Bank (CMB)	-	-	-	-	-	-
China Minsheng Bank	-	-	-	-	-	-
China Mobile	-	-	-	-	-	-
China National Building Material	-	-	-	-	-	-
China Pacific Insurance Group (CPIC)	-	-	-	-	-	-
China Railway Group	-	-	-	-	-	-
China Resources Beer Holdings	1	1	0	0	0	0
China Resources Gas	-	-	-	-	-	-
China Telecom	-	-	-	-	-	-
China Unicom	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Chipotle Mexican Grill	1	1	0	0	0	0
Chubb	-	1	-	1	-	2
Chubu Electric Power	-	-	-	-	-	-
Chugai Pharmaceutical	-	-	-	-	-	-
Chunghwa Telecom	-	-	-	-	-	-
Church & Dwight	-	-	-	-	-	-
Cigna	-	-	-	-	-	-
CIMB Group	-	-	-	-	-	-
Cintas	-	-	-	-	-	-
Cisco Systems	0	0	1	1	0	0
CITIC Ltd	-	-	-	-	-	-
CITIC Securities	-	-	-	-	-	-
Citigroup	-	1	-	3	-	0
Citizens Financial Group	-	-	-	-	-	-
City Developments	-	-	-	-	-	-
CK Asset Holding	-	-	-	-	-	-
CK Hutchison Holdings	-	-	-	-	-	-
Clariant	2	11	2	0	8	8
Clorox	-	-	-	-	-	-
CLP Holdings	-	0	-	1	-	0
CME Group	-	-	-	-	-	-
CMOC Group	-	-	-	-	-	-
CMS Energy	-	-	-	-	-	-
CNH Industrial	-	-	-	-	-	-
Coca-Cola	2	2	1	0	0	0
Coca-Cola Europacific Partners	-	2	-	0	-	1
Coca-Cola HBC	-	3	-	2	-	5
Cochlear	-	-	-	-	-	-
Cognizant Technology Solutions	-	-	-	-	-	-
Coles	0	-	1	-	0	-
Colgate-Palmolive	1	6	0	0	0	2
Coltene	1	1	2	1	6	3
Comcast	-	-	-	-	-	-
Comet Holding	1	3	2	1	5	3
Commerzbank	-	1	-	0	-	0
Commonwealth Bank of Australia	-	0	-	3	-	0
Compass Group	0	2	1	1	0	2
Computershare	-	-	-	-	-	-
ConocoPhillips	0	3	1	0	0	2
Consolidated Edison	-	-	-	-	-	-
Constellation Brands	1	1	1	0	0	0
Constellation Energy	-	3	-	0	-	2
Continental	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Cooper Companies	-	-	-	-	-	-
Copart	-	-	-	-	-	-
Corning	0	0	1	1	0	0
Corteva	-	3	-	0	-	0
Cosmo Pharmaceuticals	1	0	2	0	7	3
Costco Wholesale	0	1	1	0	0	0
Country Garden Services	-	-	-	-	-	-
Covivio	-	-	-	-	-	-
Coway	-	-	-	-	-	-
Crédit Agricole	-	4	-	3	-	2
CRH	-	4	-	1	-	3
Crowdstrike Holdings	-	-	-	-	-	-
Crown Castle International	-	-	-	-	-	-
CSL	-	-	-	-	-	-
CSPC Pharmaceutical	-	-	-	-	-	-
CSX Corp	-	-	-	-	-	-
CTBC Financial Holding	-	-	-	-	-	-
Cummins	-	3	-	0	-	2
CVS Health	-	-	-	-	-	-
D.R. Horton	-	-	-	-	-	-
Daigas Group	-	-	-	-	-	-
Dai-ichi Life Holdings	-	-	-	-	-	-
Daiichi Sankyo	-	-	-	-	-	-
Daikin Industries	-	5	-	0	-	2
Daimler Truck Holding	-	-	-	-	-	-
Daiwa House Industry	-	-	-	-	-	-
Daiwa Securities	-	-	-	-	-	-
Danaher	-	-	-	-	-	-
Danone	1	6	1	0	0	2
Danske Bank	-	1	-	0	-	0
Dassault Aviation	-	3	-	0	-	0
Dassault Systèmes	-	-	-	-	-	-
Datadog	-	-	-	-	-	-
Dätwyler	2	5	2	2	7	7
DBS Group Holdings	-	-	-	-	-	-
DCC	-	2	-	1	-	2
Deckers Outdoor	-	-	-	-	-	-
Deere & Co.	-	-	-	-	-	-
Delta Electronics	-	-	-	-	-	-
Demant	-	-	-	-	-	-
Denso Corp.	-	-	-	-	-	-
Deutsche Bank	0	1	0	3	1	1
Deutsche Börse	0	-	0	-	1	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Deutsche Lufthansa	-	-	-	-	-	-
Deutsche Post	-	2	-	2	-	0
Deutsche Telekom	-	-	-	-	-	-
Devon Energy	0	-	1	-	0	-
Dexus	-	-	-	-	-	-
Diageo	1	3	1	1	0	2
Digital Realty Trust	-	-	-	-	-	-
DKSH	2	7	2	2	5	4
DNB	-	-	-	-	-	-
DocuSign	-	-	-	-	-	-
Dollar Tree	-	-	-	-	-	-
Dollarama	-	-	-	-	-	-
Dominion Energy	-	3	-	0	-	2
Domino's Pizza	1	1	0	0	0	0
dormakaba	1	2	2	0	5	3
Dover	-	-	-	-	-	-
DSM Firmenich	-	2	-	1	-	3
DSV	-	1	-	1	-	0
DT Midstream	-	-	-	-	-	-
DTE Energy	-	-	-	-	-	-
Duke Energy	-	3	-	1	-	2
DuPont de Nemours	-	2	-	0	-	0
Dynatrace	-	-	-	-	-	-
E. SUN	-	-	-	-	-	-
E.ON	0	3	0	20	1	4
East Japan Railway	-	-	-	-	-	-
Eaton	-	-	-	-	-	-
eBay	-	-	-	-	-	-
Eclat Textile Corporation	-	-	-	-	-	-
Ecolab	-	2	-	0	-	0
Edison International	-	-	-	-	-	-
EDP Renovaveis	-	-	-	-	-	-
EDP, SA	-	0	-	1	-	0
Edwards Lifesciences	-	-	-	-	-	-
EFG International	1	2	2	2	5	2
Eiffage	-	1	-	1	-	0
Eisai	-	-	-	-	-	-
Electronic Arts	-	-	-	-	-	-
Elevance Health	-	-	-	-	-	-
Eli Lilly	-	-	-	-	-	-
Elia Group	-	1	-	0	-	0
Elisa	-	-	-	-	-	-
Embecta	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
EMCOR Group	-	-	-	-	-	-
Emerson Electric	-	-	-	-	-	-
Emmi	1	4	2	3	5	5
Ems-Chemie	2	1	2	0	7	3
Enbridge	-	-	-	-	-	-
Endeavour Mining	-	2	-	1	-	2
Endesa	-	-	-	-	-	-
Enel	-	3	-	1	-	2
ENEOS	0	3	1	0	0	2
ENGIE	-	3	-	10	-	5
Eni	1	5	1	0	0	2
ENN Energy	-	-	-	-	-	-
Entergy	-	-	-	-	-	-
EOG Resources	0	3	1	0	0	2
EPIC Suisse	-	2	-	0	-	2
Epiroc	-	-	-	-	-	-
EQT AB	-	-	-	-	-	-
EQT Corporation	-	3	-	0	-	2
Equifax	-	-	-	-	-	-
Equinix	-	-	-	-	-	-
Equinor	0	3	1	0	0	2
Equitable Holdings	-	-	-	-	-	-
Ericsson	0	0	1	2	0	1
Erste Group Bank	-	-	-	-	-	-
EssilorLuxottica	-	0	-	0	-	10
Essity	-	1	-	0	-	0
Eurofins Scientific	-	-	-	-	-	-
Evergreen Marine Corporation Taiwan	-	-	-	-	-	-
Eversource Energy	-	-	-	-	-	-
Evolution Mining	-	-	-	-	-	-
Evonik Industries	-	2	-	0	-	0
Evrast Group	-	-	-	-	-	-
Exelon Corp	-	3	-	0	-	2
Expeditors	-	-	-	-	-	-
Experian	-	2	-	1	-	2
Exxon Mobil	0	5	1	0	0	2
F5	-	-	-	-	-	-
Fair Isaac Corp	-	-	-	-	-	-
Fanuc	-	-	-	-	-	-
Far Eastern New Century	-	-	-	-	-	-
Fast Retailing	1	1	1	0	0	0
Fastenal	-	-	-	-	-	-
Fastighets AB Balder	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
FedEx Corporation	-	1	-	1	-	0
Feintool International	-	-	-	-	-	-
Ferguson	-	-	-	-	-	-
Ferrari	-	-	-	-	-	-
Ferrovial	-	1	-	1	-	0
Fidelity National Information Services	-	-	-	-	-	-
Fifth Third Bancorp	-	-	-	-	-	-
Financière de Tubize	-	-	-	-	-	-
FinecoBank	-	-	-	-	-	-
First Republic Bank	-	-	-	-	-	-
First Solar	-	-	-	-	-	-
Fiserv	-	-	-	-	-	-
Flughafen Zürich	2	5	2	2	6	4
Forbo	2	5	2	1	5	3
Fortescue	-	-	-	-	-	-
Fortinet	-	-	-	-	-	-
Fortis	-	-	-	-	-	-
Fortive	-	-	-	-	-	-
Fortrea Holdings	-	-	-	-	-	-
Fortum	1	3	0	0	0	2
Fosun International	-	-	-	-	-	-
Franco-Nevada	-	-	-	-	-	-
Fresenius SE & Co. KGaA	-	-	-	-	-	-
Fresnillo	-	2	-	1	-	2
Fubon Financial Holding	-	-	-	-	-	-
Fujifilm Holdings	-	0	-	1	-	0
Fujikura	-	-	-	-	-	-
Fujitsu	-	-	-	-	-	-
Fundamenta Real Estate	1	2	2	0	6	8
Galaxy Entertainment	-	-	-	-	-	-
Galderma Group	2	4	2	0	6	4
Galenica	2	5	2	0	6	4
Galp	-	-	-	-	-	-
Garmin	-	1	-	0	-	1
Garrett Motion	-	-	-	-	-	-
Gartner	-	-	-	-	-	-
GE Aerospace	-	3	-	0	-	2
GE Healthcare Technologies	-	-	-	-	-	-
GE Vernova	-	2	-	0	-	2
GEA Group	-	-	-	-	-	-
Geberit	2	6	2	1	6	4
Gecina	-	-	-	-	-	-
Geely Automobile Holdings	0	-	1	-	0	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
General Mills	1	2	1	0	0	0
General Motors	0	3	1	0	0	2
Genmab	-	-	-	-	-	-
Genuine Parts	-	-	-	-	-	-
Georg Fischer	1	2	2	0	6	5
Getlink	-	-	-	-	-	-
Gilead Sciences	-	-	-	-	-	-
Givaudan	1	2	2	1	6	5
Gjensidige Forsikring	-	-	-	-	-	-
Glencore	1	18	1	10	0	6
GoDaddy	-	-	-	-	-	-
Goldman Sachs Group	-	1	-	3	-	0
Goodman Group	-	-	-	-	-	-
Graco	-	-	-	-	-	-
Grail	-	-	-	-	-	-
Grainger	-	-	-	-	-	-
Graubündner Kantonalbank	1	1	2	0	5	1
Great Wall Motors	0	-	1	-	0	-
Grifols	-	-	-	-	-	-
Groupe Bruxelles Lambert	-	-	-	-	-	-
GSK	-	2	-	1	-	2
Guangzhou Automobile Group	0	-	1	-	0	-
Guotai Junan Securities Co	-	-	-	-	-	-
Gurit	-	1	-	0	-	2
Haleon	-	2	-	1	-	2
Halliburton	-	-	-	-	-	-
Halma	-	2	-	1	-	2
Hana Financial Group	-	-	-	-	-	-
Hang Lung Properties	-	-	-	-	-	-
Hankyu Hanshin Holdings	-	-	-	-	-	-
Hannover Re	-	-	-	-	-	-
Hartford Financial Services	-	-	-	-	-	-
HCA Healthcare	-	-	-	-	-	-
Healthpeak Properties	-	-	-	-	-	-
Heidelberg Materials	0	4	1	0	0	2
Heineken Holding NV	-	-	-	-	-	-
Heineken NV	1	1	1	0	0	0
Helvetia Baloise	1	2	2	0	6	5
Henkel AG & Co. KGaA	-	2	-	0	-	0
Hennes & Mauritz	1	1	2	6	0	5
Henry (Jack) & Associate	-	-	-	-	-	-
Hensoldt	-	-	-	-	-	-
Hermes International	0	-	1	-	0	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Hewlett Packard Enterprise	0	0	1	1	0	0
Hexagon	-	-	-	-	-	-
HIAG Immobilien	1	1	2	1	5	3
Hilton Worldwide	-	-	-	-	-	-
Hitachi Ltd	0	3	1	0	0	2
Hochtief	-	1	-	1	-	0
Holcim	1	11	3	1	6	6
Hologic	-	-	-	-	-	-
Home Depot	-	4	-	0	-	2
Hon Hai Precision Industry	0	3	1	1	0	2
Honda Motor	1	6	1	0	0	3
Honeywell International	-	5	-	0	-	2
Hong Kong & China Gas	-	-	-	-	-	-
Hong Kong Exchange & Clearing	-	-	-	-	-	-
Hoshino Resorts REIT	-	-	-	-	-	-
Hotai Motor	-	-	-	-	-	-
Hoya	0	-	1	-	0	-
HP	0	0	1	1	0	0
HSBC	1	11	0	5	0	8
Hua Nan Financial	-	-	-	-	-	-
Huber+Suhner	1	2	2	1	5	3
HubSpot	-	-	-	-	-	-
Humana Inc.	-	-	-	-	-	-
Huntington Bancshares	-	-	-	-	-	-
Hyundai Engineering & Construction	-	-	-	-	-	-
Iberdrola	-	3	-	1	-	2
IBM	-	-	-	-	-	-
Idex	-	-	-	-	-	-
Idexx Laboratories	-	-	-	-	-	-
Illinois Tool Works	-	-	-	-	-	-
Illumina	-	-	-	-	-	-
Imperial Brands	-	2	-	1	-	2
Implenia	2	6	2	2	5	4
Incyte	-	-	-	-	-	-
Inditex	1	2	2	9	0	5
Industrial and Commercial Bank of China	-	0	-	3	-	0
Industrivaerden	-	-	-	-	-	-
Inficon	2	5	2	2	7	7
Infineon Technologies	0	0	1	3	1	2
Informa	-	2	-	1	-	2
Infosys	-	-	-	-	-	-
Infrastrutture Wireless Italiane	-	-	-	-	-	-
ING Groep	-	1	-	3	-	0

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Ingersoll-Rand	-	-	-	-	-	-
Innolux Corp	-	-	-	-	-	-
Inpex	0	-	1	-	0	-
InPost	-	-	-	-	-	-
Insulet	-	-	-	-	-	-
Insurance Australia Group	-	-	-	-	-	-
Intact Financial	-	-	-	-	-	-
Intel	0	0	1	1	0	0
Intercontinental Hotels Group	-	2	-	1	-	2
IntercontinentalExchange	-	-	-	-	-	-
International Airlines Group	-	2	-	1	-	2
International Flavors & Fragrances	-	-	-	-	-	-
International Paper	-	4	-	0	-	2
Interroll	2	6	2	3	5	3
Intershop	1	2	2	0	6	6
Intertek Group	-	2	-	1	-	2
Intesa Sanpaolo	-	1	-	2	-	0
Intuit	-	-	-	-	-	-
Intuitive Surgical	-	-	-	-	-	-
Investis	1	0	2	0	6	4
Investor AB	-	-	-	-	-	-
Ipsen	-	-	-	-	-	-
IQVIA Holdings	-	-	-	-	-	-
Iron Mountain	-	-	-	-	-	-
Itochu	-	1	-	0	-	0
J.B. Hunt Transport	-	-	-	-	-	-
Jacobs Solutions	-	-	-	-	-	-
James Hardie Industries	-	-	-	-	-	-
Japan Exchange	-	-	-	-	-	-
Japan Post Holding	-	-	-	-	-	-
JD Health International	-	-	-	-	-	-
JD.com	-	-	-	-	-	-
JDE Peet's	-	-	-	-	-	-
Jerónimo Martins, SGPS, S.A.	-	-	-	-	-	-
Jiangxi Ganfeng Lithium	-	-	-	-	-	-
Johnson & Johnson	-	1	-	0	-	0
Johnson Controls International	-	-	-	-	-	-
JPMorgan Chase	1	12	0	6	0	8
Julius Bär	1	1	2	2	6	2
Kajima	-	-	-	-	-	-
Kakao	-	0	-	0	-	2
Kansai Electric Power Company	-	-	-	-	-	-
Kao	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Kardex	2	5	2	2	5	2
KB Financial Group	-	-	-	-	-	-
KBC Group	-	-	-	-	-	-
KDDI Corp	-	-	-	-	-	-
Kenvue	-	-	-	-	-	-
Keppel Limited	-	-	-	-	-	-
Kering	1	1	1	0	0	0
Kerry Group	1	1	1	0	0	0
Kesko	-	-	-	-	-	-
Keyence	0	0	1	1	0	0
Keyera	-	-	-	-	-	-
Keysight Technologies	-	-	-	-	-	-
KGI Financial Holding	-	-	-	-	-	-
Kia Motors	0	-	1	-	0	-
Kikkoman	-	-	-	-	-	-
Kimberly-Clark	-	1	-	0	-	0
Kinder Morgan	-	-	-	-	-	-
Kingdee International Software	-	-	-	-	-	-
Kingfisher	-	2	-	1	-	2
Kingsoft	-	-	-	-	-	-
Kingspan Group	-	-	-	-	-	-
Kirin Holdings	1	1	1	0	0	0
KKR	-	-	-	-	-	-
KLA	-	-	-	-	-	-
Klepierre	-	-	-	-	-	-
Knorr-Bremse	-	-	-	-	-	-
Komatsu	-	-	-	-	-	-
Komax	2	3	2	1	6	5
Konami	-	-	-	-	-	-
Kone	-	-	-	-	-	-
Kongsberg Gruppen	-	-	-	-	-	-
Koninklijke KPN	-	-	-	-	-	-
Koninklijke Philips	-	-	-	-	-	-
Kroger	0	1	1	0	0	0
Kubota	-	-	-	-	-	-
Kudelski	-	2	-	0	-	3
Kühne + Nagel	2	4	2	1	8	4
Kunlun Energy	-	-	-	-	-	-
Kuros Biosciences	1	1	2	0	6	3
Kweichow Moutai	0	-	1	-	0	-
Laboratory Corporation of America	-	-	-	-	-	-
Lam Research	0	-	1	-	0	-
Land Securities	-	2	-	1	-	2

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Landis+Gyr Group	1	0	2	0	5	2
Las Vegas Sands	-	-	-	-	-	-
LEG Immobilien	-	-	-	-	-	-
Legal & General	-	2	-	1	-	2
Legrand	-	-	-	-	-	-
Leidos Holdings	-	-	-	-	-	-
Lem	2	2	2	0	7	4
Lenovo	-	-	-	-	-	-
Leonardo	-	-	-	-	-	-
Leonteq	1	2	1	0	6	5
LG Chem	-	3	-	0	-	0
LG Electronics	-	0	-	1	-	0
Li Auto	-	-	-	-	-	-
Li Ning	-	-	-	-	-	-
Liechtensteinische Landesbank	1	0	2	0	6	2
Lifco	-	-	-	-	-	-
Linde Plc	-	4	-	0	-	0
Lindt & Sprüngli	2	2	3	2	8	6
Link REIT	-	-	-	-	-	-
Lite-On Technology	-	-	-	-	-	-
LIXIL Group	-	-	-	-	-	-
Lloyds Banking Group	-	3	-	3	-	2
Logitech	1	5	2	1	6	6
London Stock Exchange	-	2	-	1	-	2
Lonza	1	0	2	0	6	3
L'Oréal	-	1	-	0	-	0
Lotus Bakeries	-	-	-	-	-	-
Lowe's Companies	-	1	-	0	-	0
Lululemon Athletica	1	1	1	0	0	0
Lumen Technologies	-	-	-	-	-	-
Lundbergföretagen	-	-	-	-	-	-
Luzerner Kantonalbank	1	2	2	0	5	3
LVMH	1	3	1	0	0	0
LY Corporation	-	-	-	-	-	-
Lyondellbasell	-	5	-	0	-	2
M&G	-	2	-	1	-	2
M3	-	-	-	-	-	-
Macquarie Group	-	-	-	-	-	-
Magna International	-	-	-	-	-	-
Magnum Ice Cream Company	-	-	-	-	-	-
Malayan Banking Berhad	-	-	-	-	-	-
Manulife Financial Corp	-	-	-	-	-	-
Mapfre	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Marathon Petroleum	0	3	1	0	0	2
Marks & Spencer	0	2	2	1	0	2
Marsh & McLennan	-	-	-	-	-	-
Martin Marietta Materials	-	3	-	0	-	2
Marubeni	-	1	-	0	-	0
Marvell Technology	-	-	-	-	-	-
Masco	-	-	-	-	-	-
Mastercard	-	-	-	-	-	-
MatsukiyoCocokara & Co	-	-	-	-	-	-
McCormick	1	1	1	0	0	0
McDonald's	1	2	1	0	0	2
McKesson Corp	-	-	-	-	-	-
Medacta Group	1	2	2	1	7	6
MediaTek	-	-	-	-	-	-
medmix	1	1	2	0	5	2
Medtronic	-	-	-	-	-	-
Mega Financial Holding	-	-	-	-	-	-
Meiji	-	-	-	-	-	-
Meituan	-	-	-	-	-	-
Melrose Industries	-	2	-	1	-	2
MercadoLibre	-	-	-	-	-	-
Mercedes-Benz Group	0	3	1	0	1	2
Merck	-	3	-	0	-	0
Merck KGaA	0	-	0	-	1	-
Meta Platforms	-	0	-	7	-	12
Metall Zug	1	2	2	0	6	4
Metawater Co	-	-	-	-	-	-
MetLife	-	-	-	-	-	-
METRO Inc	-	-	-	-	-	-
Metso Corporation	-	-	-	-	-	-
Mettler Toledo International (MT)	-	-	-	-	-	-
Michelin	-	-	-	-	-	-
Microchip Technology	0	0	1	1	0	0
Micron Technology	0	0	1	1	0	0
Microsoft	1	1	1	0	0	3
Mitsubishi Chemical Holdings	-	-	-	-	-	-
Mitsubishi Corp.	-	-	-	-	-	-
Mitsubishi Electric	-	-	-	-	-	-
Mitsubishi Estate	-	-	-	-	-	-
Mitsubishi UFJ Financial Group	-	0	-	3	-	0
Mitsui & Co	-	1	-	0	-	0
Mitsui Fudosan	-	-	-	-	-	-
Mizuho Financial Group	-	0	-	3	-	0

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
mobilezone	1	3	2	1	7	6
Mobimo	1	1	2	0	5	3
Molecular Partners	-	0	-	0	-	2
Moncler	-	-	-	-	-	-
Mondelez International	2	8	1	0	0	0
MongoDB	-	-	-	-	-	-
Moodys	-	-	-	-	-	-
Morgan Stanley	-	1	-	3	-	0
Morita Holdings Corp	-	-	-	-	-	-
Motorola Solutions	-	0	-	1	-	0
Mowi	-	-	-	-	-	-
MS&AD Insurance Group Holdings	-	-	-	-	-	-
MSCI	-	-	-	-	-	-
MTR	-	-	-	-	-	-
MTU Aero Engines	-	0	-	0	-	2
Munich Re	-	3	-	0	-	0
Murata Manufacturing	0	0	1	1	0	0
Nasdaq	-	-	-	-	-	-
National Australia Bank	-	0	-	2	-	0
National Bank of Canada	-	-	-	-	-	-
National Grid	-	5	-	1	-	4
NatWest Group	-	3	-	3	-	2
Naver Corporation	-	-	-	-	-	-
Nebius Group	-	0	-	0	-	2
NEC Corp.	-	-	-	-	-	-
Neste	-	-	-	-	-	-
Nestlé	3	31	3	4	6	15
NetApp	-	-	-	-	-	-
NetEase	-	-	-	-	-	-
Netflix	-	-	-	-	-	-
Newmont Corporation	0	0	1	12	0	10
Next	0	2	2	2	0	2
NextEra Energy	-	3	-	1	-	2
Nibe Industrier	-	-	-	-	-	-
Nike	0	-	1	-	0	-
Nintendo	0	-	1	-	0	-
NIO	-	-	-	-	-	-
Nippon Paint Holdings Co	-	-	-	-	-	-
Nippon Steel Corp	0	3	1	1	0	2
Nitori	-	-	-	-	-	-
Nitto Denko	-	-	-	-	-	-
NMC Health	-	-	-	-	-	-
NN Group	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Nokia	0	0	1	2	0	1
Nomura Holdings	-	-	-	-	-	-
Nomura Research Institute	-	-	-	-	-	-
Nordea Bank	-	1	-	2	-	0
Norfolk Southern	-	-	-	-	-	-
Norsk Hydro	-	-	-	-	-	-
Northern Star Resources	-	-	-	-	-	-
Northern Trust	-	-	-	-	-	-
Northrop Grumman	-	-	-	-	-	-
Novartis	2	12	2	5	6	9
Novavest Real Estate	1	0	2	0	5	1
Novo Nordisk	-	1	-	0	-	0
Novonesis	-	-	-	-	-	-
NSK	-	-	-	-	-	-
NTT Corp.	-	-	-	-	-	-
Nucor	-	-	-	-	-	-
Nutanix	-	-	-	-	-	-
Nutrien	-	3	-	0	-	0
Nvidia	1	8	1	4	0	3
NXP Semiconductors	0	0	1	1	0	0
Obayashi	-	-	-	-	-	-
OC Oerlikon	2	4	2	1	7	6
OCBC Bank	-	-	-	-	-	-
Okta	-	-	-	-	-	-
Old Dominion Freight	-	-	-	-	-	-
Olympus	-	-	-	-	-	-
Omron	-	-	-	-	-	-
OMV	0	3	1	0	0	2
ON Semiconductor	-	-	-	-	-	-
ONEOK	-	-	-	-	-	-
Open Text	-	-	-	-	-	-
Oracle	-	-	-	-	-	-
Orange	-	-	-	-	-	-
Organon & Company	-	-	-	-	-	-
Oriental Land	-	-	-	-	-	-
Origin Energy	-	3	-	0	-	2
Orion	-	-	-	-	-	-
Orior	2	6	1	1	5	4
Orix	-	-	-	-	-	-
Orkla	-	-	-	-	-	-
Orsted	-	0	-	1	-	0
Otis Worldwide	-	-	-	-	-	-
Otsuka Holdings	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Oxy	0	3	1	0	0	2
Paccar	-	3	-	0	-	2
Palantir Technologies	-	-	-	-	-	-
Palo Alto Networks	-	-	-	-	-	-
Pan Pacific International	-	-	-	-	-	-
Panasonic	0	3	1	1	0	2
Pandora	-	-	-	-	-	-
Parker Hannifin	-	-	-	-	-	-
Partners Group	1	2	2	0	7	3
Paychex	-	-	-	-	-	-
Paycom Software	-	-	-	-	-	-
PayPal	-	-	-	-	-	-
PDD Holdings	-	-	-	-	-	-
Peach Property Group	1	0	2	0	7	7
Pearson	-	2	-	1	-	2
Pembina Pipeline	-	-	-	-	-	-
Pentair	-	-	-	-	-	-
PepsiCo	2	5	1	0	0	0
Pernod Ricard	1	1	1	0	0	0
Pfizer	-	1	-	0	-	0
Philip Morris International	-	-	-	-	-	-
Phillips 66	0	3	1	0	0	2
Phinia	-	-	-	-	-	-
Phoenix Group	-	2	-	1	-	2
PICC Property and Casualty	-	-	-	-	-	-
Ping An Insurance	-	-	-	-	-	-
Plazza	1	0	2	0	6	5
PNC Financial Services Group	-	-	-	-	-	-
Porsche Automobil Holding	-	-	-	-	-	-
Posco	0	3	1	1	0	2
Poste italiane	-	-	-	-	-	-
Power Assets Holdings	-	3	-	0	-	2
PPG Industries	-	3	-	0	-	0
PPL	-	3	-	0	-	2
President Chain Store	-	-	-	-	-	-
Principal Financial Group	-	-	-	-	-	-
Procter & Gamble	1	6	0	0	0	2
Progressive Corp	-	-	-	-	-	-
Prologis	-	-	-	-	-	-
Prosus	-	-	-	-	-	-
Prudential Financial	-	-	-	-	-	-
Prudential Plc	-	2	-	1	-	2
Prysmian	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
PSP Swiss Property	1	2	2	1	6	4
PTC	-	-	-	-	-	-
Public Bank	-	-	-	-	-	-
Public Service Enterprise	-	-	-	-	-	-
Publicis Groupe	-	0	-	0	-	7
Pultegroup	-	-	-	-	-	-
Pure Storage	-	-	-	-	-	-
QBE Insurance Group	-	-	-	-	-	-
Qiagen	-	-	-	-	-	-
Qnity Electronics	-	-	-	-	-	-
Qualcomm	0	0	1	1	0	0
Quanta Services	-	-	-	-	-	-
Quest Diagnostics	-	-	-	-	-	-
Raiffeisen Bank International	-	-	-	-	-	-
Rakuten	-	-	-	-	-	-
Ralliant	-	-	-	-	-	-
Raymond James Financial	-	-	-	-	-	-
RB Global	-	-	-	-	-	-
REA Group	-	-	-	-	-	-
Reckitt Benckiser	-	2	-	1	-	2
Recruit Holdings	-	-	-	-	-	-
Redeia Corporación	-	-	-	-	-	-
Regency Centers	-	-	-	-	-	-
Regeneron	-	-	-	-	-	-
Regions Financial	-	-	-	-	-	-
RELX	-	2	-	1	-	2
Renesas Electronics	-	-	-	-	-	-
Rentokil Initial	-	2	-	1	-	2
Repsol	0	3	1	0	0	2
Republic Services	-	-	-	-	-	-
Resideo Technologies	-	-	-	-	-	-
ResMed	-	-	-	-	-	-
Resona Holdings	-	-	-	-	-	-
Rexel	-	-	-	-	-	-
Rheinmetall	-	-	-	-	-	-
Richemont	1	2	2	7	6	8
Rieter	2	2	2	0	7	5
RingCentral	-	-	-	-	-	-
Rio Tinto Ltd	0	3	1	7	0	7
Rio Tinto Plc	0	9	1	7	0	9
Rivian Automotive	-	-	-	-	-	-
Roche	3	11	2	0	6	4
Rockwell Automation	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Rogers Communications	-	-	-	-	-	-
Rohm	-	-	-	-	-	-
Rolls-Royce Holdings	-	5	-	1	-	4
Roper Technologies	-	-	-	-	-	-
Ross Stores	0	-	1	-	0	-
Royal Bank of Canada	-	0	-	3	-	1
Royal Caribbean Group	-	-	-	-	-	-
RTX	-	3	-	0	-	2
RWE	-	3	-	1	-	2
Ryanair Holdings	-	-	-	-	-	-
S&P Global	-	-	-	-	-	-
Saab	-	-	-	-	-	-
Safran	-	-	-	-	-	-
Sainsbury	1	7	0	1	0	2
Saint Gobain	-	3	-	0	-	2
Salesforce	-	-	-	-	-	-
SalMar	-	-	-	-	-	-
Sampo	-	-	-	-	-	-
Samsara	-	-	-	-	-	-
Samsung Biologics	-	-	-	-	-	-
Samsung C&T	-	1	-	1	-	0
Samsung Electronics	0	3	1	1	0	3
Samsung Fire & Marine Insurance	-	-	-	-	-	-
Samsung Life Insurance	-	-	-	-	-	-
Samsung SDI	-	-	-	-	-	-
Samsung SDS	-	-	-	-	-	-
Sandisk	-	-	-	-	-	-
Sandoz Group	2	3	2	1	6	4
Sands China	-	-	-	-	-	-
Sandvik	-	-	-	-	-	-
Sanofi	-	-	-	-	-	-
Santos	-	3	-	0	-	2
SAP	-	0	-	0	-	2
Saputo	-	-	-	-	-	-
Sartorius	-	-	-	-	-	-
Sartorius Stedim Biotech	-	-	-	-	-	-
Sba Communications	-	-	-	-	-	-
Scentre Group	-	-	-	-	-	-
Schindler	1	4	2	3	8	8
Schneider Electric	-	-	-	-	-	-
Schroders	-	2	-	1	-	2
Schweiter Technologies	2	4	2	0	7	5
Seatrium	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Secom	-	-	-	-	-	-
Securitas	-	-	-	-	-	-
Sekisui House	-	-	-	-	-	-
Semptra	-	-	-	-	-	-
Sensirion Holding	1	1	2	0	6	4
ServiceNow	-	-	-	-	-	-
Seven & I Holdings Co.	0	-	1	-	0	-
Severn Trent	-	2	-	1	-	2
SF Urban Properties	1	0	2	0	5	2
SFS Group	2	5	2	3	7	8
SGS	1	3	2	3	6	6
Shell	1	13	1	1	0	9
Shenzhen International Holdings	-	-	-	-	-	-
Sherwin-Williams	-	3	-	0	-	0
Shimadzu	-	-	-	-	-	-
Shimano Inc.	-	-	-	-	-	-
Shin-Etsu Chemical	-	2	-	0	-	0
Shinhan Financial Group	-	-	-	-	-	-
Shionogi	-	-	-	-	-	-
Shiseido	-	-	-	-	-	-
Shopify	-	-	-	-	-	-
Siegfried	2	4	2	0	5	3
Siemens	0	-	0	-	1	-
Siemens Energy	-	3	-	0	-	2
Siemens Healthineers	-	-	-	-	-	-
SIG Group	1	1	2	1	6	3
Sika	1	5	2	3	6	6
Singapore Telecommunications	-	-	-	-	-	-
Sino Biopharmaceutical	-	-	-	-	-	-
SinoPac Financial	-	-	-	-	-	-
Sinopharm	-	-	-	-	-	-
SK Hynix	0	0	1	1	0	0
SK Inc.	-	-	-	-	-	-
SK Square	-	-	-	-	-	-
SKAN Group	1	3	2	1	7	5
Skandinaviska Enskilda Banken	-	-	-	-	-	-
Skanska	-	1	-	1	-	0
SKF	-	-	-	-	-	-
SLB	-	-	-	-	-	-
SMC Corp	-	-	-	-	-	-
Smith+Nephew	-	2	-	1	-	2
Smiths Group	-	2	-	1	-	2
Smoore International Holdings	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Smurfit WestRock	-	-	-	-	-	-
Snam S.p.A.	-	-	-	-	-	-
Snap-on	-	-	-	-	-	-
Snowflake	-	-	-	-	-	-
Société Générale	-	6	-	3	-	5
Sofina	-	-	-	-	-	-
Softbank Corp	-	-	-	-	-	-
SoftBank Group	-	-	-	-	-	-
SoftwareOne Holding	1	4	2	0	7	8
Solstice Advanced Materials	-	-	-	-	-	-
Solventum	-	-	-	-	-	-
Sompo Holdings	-	-	-	-	-	-
Sonic Healthcare	-	-	-	-	-	-
Sonova	1	1	2	0	6	3
Sony	1	1	1	1	0	0
Sony Financial Holdings	-	-	-	-	-	-
South Bow Corp	-	-	-	-	-	-
South32	-	3	-	8	-	9
Southern Co	-	3	-	1	-	2
Spark New Zealand	-	-	-	-	-	-
Spectrum Brands	-	-	-	-	-	-
Spirax Group	-	2	-	2	-	3
Spotify	-	-	-	-	-	-
SSE	-	5	-	1	-	4
St.Galler Kantonalbank	1	1	2	0	5	2
Stadler Rail	2	3	2	0	6	4
Standard Chartered	-	8	-	4	-	7
Starbucks	0	0	1	0	0	2
State Street Corp.	-	1	-	0	-	3
Steel Dynamics	-	-	-	-	-	-
Stellantis	0	3	1	0	0	2
Steris	-	-	-	-	-	-
STMicroelectronics	-	0	-	2	-	1
Stora Enso	-	1	-	0	-	0
Straumann	1	1	2	1	6	4
Stryker	-	-	-	-	-	-
Sulzer	2	5	2	0	7	6
Sumitomo Chemical	-	-	-	-	-	-
Sumitomo Corporation	-	-	-	-	-	-
Sumitomo Metal Mining	-	0	-	3	-	2
Sumitomo Mitsui Financial Group	-	0	-	3	-	0
Sumitomo Mitsui Trust Holdings	-	0	-	2	-	0
Sumitomo Realty & Development	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Sun Hung Kai Properties	-	-	-	-	-	-
Sun Life Financial	-	-	-	-	-	-
Suncor	0	3	1	0	0	2
Suncorp Group	-	-	-	-	-	-
Sunny Optical Tech	-	-	-	-	-	-
Sunrise Communications	1	0	2	0	6	5
Suntory Beverage & Food	1	1	1	0	0	0
Svenska Cellulosa (SCA)	-	-	-	-	-	-
Svenska Handelsbanken	-	-	-	-	-	-
Swedbank	-	-	-	-	-	-
Swedish Orphan Biovitrum	-	-	-	-	-	-
Swiss Life	1	2	2	0	6	3
Swiss Prime Site	1	2	2	0	6	3
Swiss Re	1	3	2	1	6	4
Swisscom	1	3	2	2	6	4
Swissquote	1	1	2	1	5	3
Syensqo	-	3	-	0	-	0
Symrise	-	-	-	-	-	-
Synchrony Financial	-	-	-	-	-	-
Synopsys	-	-	-	-	-	-
Sysco	0	1	1	0	0	0
Systemex	-	-	-	-	-	-
T Rowe Price Group	-	0	-	0	-	1
T&D Holdings	-	-	-	-	-	-
Taisei	-	-	-	-	-	-
Taiwan Cement Corp	-	-	-	-	-	-
Taiwan Semiconductor	0	0	1	1	0	0
Takeda Pharmaceutical	-	-	-	-	-	-
Take-Two Interactive Software	-	-	-	-	-	-
Talanx	-	-	-	-	-	-
Target	0	1	1	0	0	0
TC Energy	-	-	-	-	-	-
TDK	-	-	-	-	-	-
TE Connectivity	0	0	1	1	0	1
Tecan	1	0	2	1	6	3
Techtronic Industries	-	-	-	-	-	-
Teck Resources	0	3	1	1	0	2
Tele2	-	-	-	-	-	-
Telecom Italia	-	-	-	-	-	-
Telefonica	-	-	-	-	-	-
Telenor	-	-	-	-	-	-
Telia Company	-	-	-	-	-	-
Telstra	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Temenos	1	1	2	0	6	1
Tenaris	-	-	-	-	-	-
Tencent Holdings	-	0	-	0	-	2
Terna	-	-	-	-	-	-
Terumo	-	-	-	-	-	-
Tesco	0	2	1	1	0	2
Tesla	0	-	1	-	0	-
Texas Instruments	0	0	1	1	0	0
Thales	-	-	-	-	-	-
Thermo Fisher Scientific	-	-	-	-	-	-
Thomson Reuters	-	-	-	-	-	-
Tingyi (Cayman Islands) Holding	-	-	-	-	-	-
TJX	0	1	1	0	0	0
T-Mobile US	-	-	-	-	-	-
Tokio Marine Holdings	-	-	-	-	-	-
Tokyo Electron	0	-	1	-	0	-
Tokyo Gas	-	-	-	-	-	-
Toray Industries	-	3	-	0	-	2
TORIDOLL Holdings Corp	-	-	-	-	-	-
Toronto-Dominion Bank	-	0	-	2	-	0
TotalEnergies	1	12	1	0	0	7
TOTO	-	-	-	-	-	-
Toyota Motor	0	3	1	0	0	2
Tractor Supply	-	-	-	-	-	-
Trane Technologies	-	3	-	0	-	2
TransUnion	-	-	-	-	-	-
Transurban Group	-	-	-	-	-	-
Travelers Companies	-	-	-	-	-	-
Trelleborg	-	-	-	-	-	-
Trimble	-	-	-	-	-	-
Truist Financial Corp	-	-	-	-	-	-
Tryg	-	-	-	-	-	-
TS Holdings	-	-	-	-	-	-
Tsingtao Brewery	-	-	-	-	-	-
Tsumura	-	-	-	-	-	-
Twilio	-	-	-	-	-	-
Tyler Technologies	-	-	-	-	-	-
U.S. Bancorp	-	-	-	-	-	-
Uber Technologies	-	0	-	5	-	0
UBS	1	4	2	4	6	11
UCB	-	-	-	-	-	-
Ulta Beauty	-	-	-	-	-	-
Unibail-Rodamco-Westfield SE	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Unicharm	-	-	-	-	-	-
UniCredit	-	1	-	3	-	0
Unilever	2	14	1	1	0	6
Unimicron Technology	-	-	-	-	-	-
Union Pacific	-	-	-	-	-	-
Unipol Gruppo	-	-	-	-	-	-
United Microelectronics Corporation (UMC)	-	-	-	-	-	-
United Overseas Bank	-	-	-	-	-	-
United Parcel Service	-	1	-	1	-	0
United Rentals	-	-	-	-	-	-
United Utilities	-	2	-	1	-	2
UnitedHealth	-	-	-	-	-	-
Universal Music Group	-	-	-	-	-	-
UPM Kymmene	-	1	-	0	-	0
Valero Energy	-	3	-	0	-	2
Valiant	1	1	2	0	5	3
Varia US Properties	1	1	1	0	6	4
VAT Group	2	2	2	0	6	4
Vaudoise Assurances	1	2	2	0	5	4
Veeva Systems	-	-	-	-	-	-
Veolia Environnement	-	-	-	-	-	-
Veralto Corp	-	-	-	-	-	-
Verbund	-	-	-	-	-	-
VeriSign	-	-	-	-	-	-
Verisk Analytics	-	-	-	-	-	-
Verizon Communications	-	-	-	-	-	-
Versant Media Group	-	-	-	-	-	-
Vertex Pharmaceuticals	-	-	-	-	-	-
Vestas Wind Systems	-	-	-	-	-	-
Vici Properties	-	-	-	-	-	-
Vinci	-	1	-	1	-	0
Visa	-	-	-	-	-	-
Vodafone	-	2	-	1	-	2
Volkswagen	0	3	1	1	0	3
Volvo	-	3	-	0	-	2
Vonovia	-	-	-	-	-	-
Vontier Corp	-	-	-	-	-	-
Vontobel	1	4	2	1	5	5
Vulcan Materials	0	-	1	-	0	-
VZ Holding	1	2	2	1	6	4
V-Zug Holding	-	1	-	1	-	3
Waertsilae	-	-	-	-	-	-
Walmart	0	4	1	1	0	2

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Walt Disney	-	-	-	-	-	-
Want Want China	-	-	-	-	-	-
Warner Bros Discovery	-	-	-	-	-	-
Warteck Invest	1	0	2	0	6	4
Waste Connections	-	-	-	-	-	-
Waste Management	-	-	-	-	-	-
Waters Corp	-	-	-	-	-	-
WEC Energy Group	-	3	-	0	-	2
Wells Fargo	-	5	-	2	-	1
Welltower	-	-	-	-	-	-
Wesfarmers	0	-	1	-	0	-
West Japan Railway	-	-	-	-	-	-
West Pharmaceutical Services	-	-	-	-	-	-
Western Digital	0	0	1	1	0	0
Westpac Banking	-	0	-	3	-	0
Weyerhaeuser	-	1	-	0	-	0
Wharf Real Estate Investment	-	-	-	-	-	-
Wheaton Precious Metal	-	-	-	-	-	-
Whitbread	-	2	-	1	-	2
Williams Companies Inc	-	-	-	-	-	-
Williams-Sonoma	-	-	-	-	-	-
Willis Towers Watson	-	-	-	-	-	-
WiseTech Global	-	-	-	-	-	-
Wolters Kluwer	-	-	-	-	-	-
Woodside Energy	0	3	1	0	0	2
Woolworths	0	4	1	0	0	2
Woori Financial Group	-	-	-	-	-	-
Workday	-	-	-	-	-	-
WSP Global	-	-	-	-	-	-
Wynn Macau	-	-	-	-	-	-
Xcel Energy	-	3	-	0	-	2
Xero	-	-	-	-	-	-
Xiaomi	-	0	-	1	-	0
Xinyi Solar	-	-	-	-	-	-
Xylem	-	-	-	-	-	-
Yadea Group Holdings	-	-	-	-	-	-
Yageo Corp	-	-	-	-	-	-
Yakult Honsha	-	-	-	-	-	-
Yamaha Motor	-	-	-	-	-	-
Yara International	-	7	-	0	-	0
Yaskawa Electric	-	-	-	-	-	-
Yokogawa Electric	-	-	-	-	-	-
Yokohama Financial Group	-	-	-	-	-	-

	UMWELT		SOZIALES		GOVERNANCE	
UNTERNEHMEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN	ANZAHL KAMPAGNEN	ANZAHL AKTIVITÄTEN
Ypsomed	1	0	2	0	6	3
Yuanta Financial Holding	-	-	-	-	-	-
Yum China Holdings	-	-	-	-	-	-
Yum! Brands	1	2	1	0	0	0
Zebra Technologies	-	-	-	-	-	-
Zehnder Group	2	4	2	1	6	5
Zillow Group	-	-	-	-	-	-
Zimmer Biomet	-	-	-	-	-	-
Zoetis	-	1	-	0	-	0
Zozo	-	-	-	-	-	-
Zscaler	-	-	-	-	-	-
Zug Estates	1	0	2	0	6	4
Zurich Insurance Group	1	3	2	2	6	3
TOTAL 1208						

Disclaimer:

This report has been generated on Ethos' eServices platform, using proprietary environmental, social and governance evaluations. The information provided in this report cannot be guaranteed accurate nor complete as it is subject to, amongst other, the client's self-managed customisations, such as exclusion thresholds or portfolio composition. Ethos reporting and evaluations are based on information gathered from sources available to investors and the general public (e.g. specific reports by dedicated agencies, websites) as well as data from specialised ESG data providers (such as Sustainalytics, Trucost and RepRisk). Ethos processes the information received and establishes ratings based on its own methodology. The reports and ratings are intended to help investors (members or clients of Ethos or any other potential users) make informed decisions but cannot, in any way, be considered as a portfolio investment tool or advice for investing in securities. The information and data presented in this document are not to be considered as an offer or solicitation to buy, sell or subscribe to any securities or financial instruments. Information, opinions and estimates contained in this document reflect a judgment at the original date of publication and are subject to change without notice.

© Ethos. All rights reserved. Unauthorised reproduction, lending, hiring, transmission or distribution of any data is prohibited.