

D E R

Zukunftbeweger

Ausgabe Herbst 2021



10
JAHRE
Globalance

BILDUNG

Umdenken
für unsere
Kinder

SEITE 14

TOP ODER FLOP?

Green Bonds –
eine Anlage-
chance?

SEITE 20

INTERVIEW

Kate Heiny von Zalando
über Nachhaltigkeit
beim Shopping

SEITE 24



6 FOKUSTHEMEN

Umdenken – das Motto unserer Zeit

- 8 **Wirtschaft**
Kein Kleiderzwang
- 10 **Gesellschaft**
Wellbeing statt Wachstum
- 12 **Umwelt**
Natur wird teurer
- 14 **Bildung**
Umdenken für unsere Kinder
- 16 Und noch mehr Umdenker*innen



4 FACTS & FIGURES

Die Veränderung
unserer Welt in Zahlen

18 UNSERE WELT VON MORGEN

Innovative Lösungen
für unsere Welt
von morgen

20 TOP ODER FLOP?

Green Bonds –
eine Anlagechance?

22 KOLUMNE

Umdenken –
Stabilität in
der Bewegung

23 IM FOKUS

Ein Zukunftsbeweger
mit Potenzial –
Chegg Inc.

24 INTERVIEW

Kate Heiny von Zalando:
Nachhaltigkeit oder
Fast Fashion?

26 KURZINTERVIEW

Corine Blesi

27 IN EIGENER SACHE

Globalance
wird 10 Jahre alt



Logik bringt dich von A nach B. Deine Fantasie bringt dich überall hin.

— Albert Einstein



Wir Menschen ziehen es vor, in unserer Komfortzone zu leben. Dabei entwickeln wir uns viel mehr weiter, wenn wir öfter aus ihr ausbrechen. Wir machen neue Erfahrungen, es eröffnen sich neue Chancen, wir überwinden Ängste und stellen fest, dass vieles machbar ist, was wir für unmöglich gehalten haben. Wir erkennen, dass aus Träumen Realität werden kann. Heute leben wir in einer Zeit des Umbruchs, in der wir uns – meist unfreiwillig – immer öfter außerhalb unserer Komfortzone bewegen müssen. Wir sind gezwungen, bestehende Glaubenssätze und Erfahrungen zu hinterfragen und für Neues offen zu sein.

Die Art und Weise, wie wir in den letzten hundert Jahren gelebt und gewirtschaftet haben, ist nicht nachhaltig und kann daher nicht von Dauer sein. Neue Modelle sind gefragt: in der Gesellschaft, in der Wirtschaft und auch im persönlichen Bereich.

Wir Menschen kennen das Mit- oder Gegeneinander bewahrender oder bewegender Kräfte sehr gut. Wie oft fällt es uns schwer, umzudenken, obwohl die Zeichen deutlich an der Wand stehen. Schnell wird als Erklärung die bekannte biblische Redensart herangezogen: „Der Geist ist willig, das Fleisch ist schwach.“ Die gute Nachricht ist, dass Umdenken durch Üben leichter fällt. Wir Menschen können uns ändern. Hirnforscher*innen haben gezeigt, dass uns Gefühle bewegen und darüber entscheiden, ob und wie wir uns verändern. Es gilt, unser emotionales Gedächtnis mit möglichst vielen Erlebnissen der erfolgreichen Bewältigung schwieriger Umdenk-Situationen zu bestücken.

In diesem Sinne ist diese Nummer des Zukunftbewegers auch ein „Rethink Boot Camp“, wir liefern Ihnen zahlreiche Beispiele erfolgreicher kleiner und großer „Umdenker*innen“.

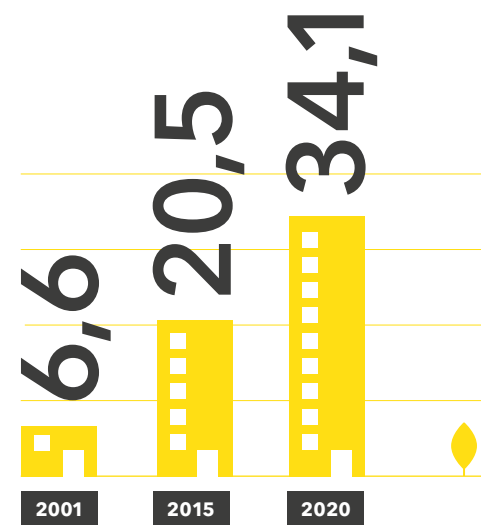
Reto Ringger
Gründer und CEO

”
**Außerhalb
der Komfort-
zone finden
wir neue
Lösungen.**

Die Veränderung unserer Welt in Zahlen

WIRTSCHAFT

Bevölkerungsanteil der beschäftigten Personen, die gelegentlich oder regelmäßig im Homeoffice arbeiten
IN PROZENT



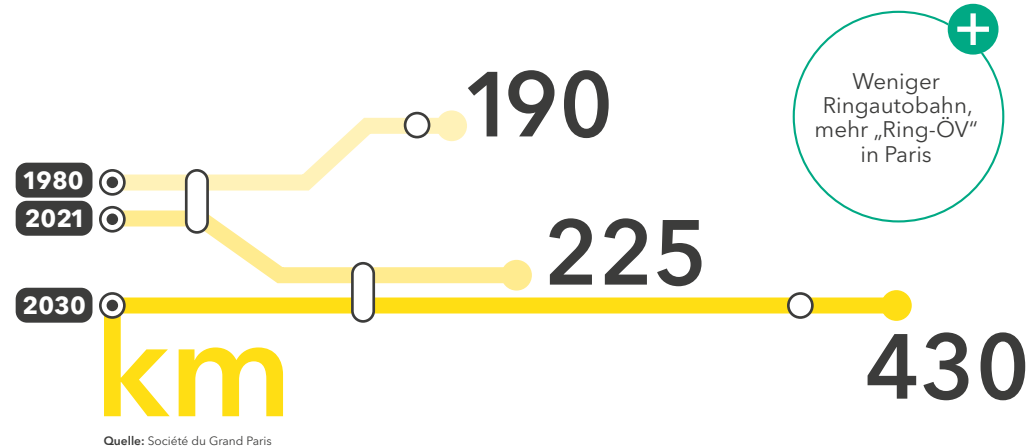
+ Der Home-office-Anteil nahm bereits vor COVID-19 stark zu.



Neue Kohlekraftwerke weltweit pro Jahr
ZUSÄTZLICHE KAPAZITÄT IN MEGAWATT

+ Die Wirtschaft sattelt um.

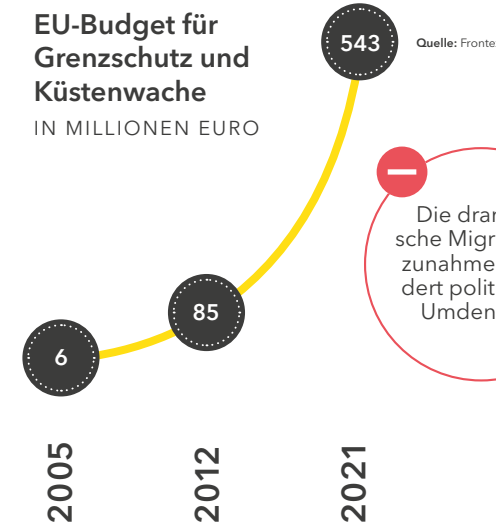
Größe des Pariser Metro-netzes mit dem geplanten Ausbau „Grand Paris Express“



+ Weniger Ringautobahn, mehr „Ring-ÖV“ in Paris

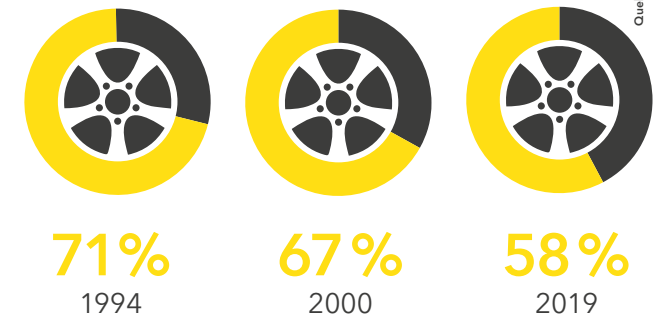
GESELLSCHAFT

EU-Budget für Grenzschutz und Küstenwache
IN MILLIONEN EURO



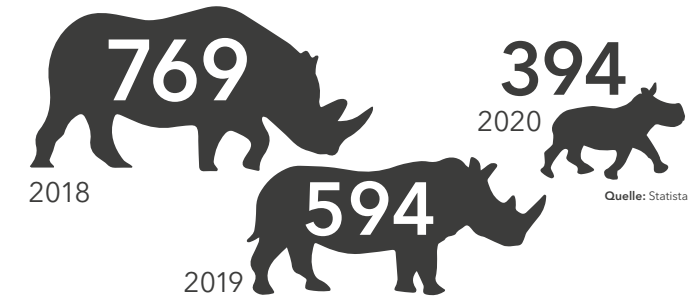
- Die dramatische Migrationszunahme erfordert politisches Umdenken.

Anteil 18- bis 24-Jähriger im Besitz des Führerscheins
SCHWEIZ, PERSONENWAGEN KATEGORIE B



+ Die Prioritäten verschieben sich.

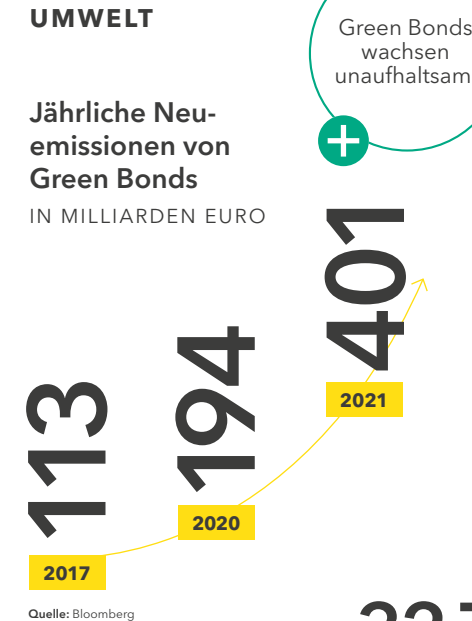
Anzahl der illegal getöteten Nashörner in Südafrika



+ In Südafrika wird Artenschutz zur Regierungsaufgabe.

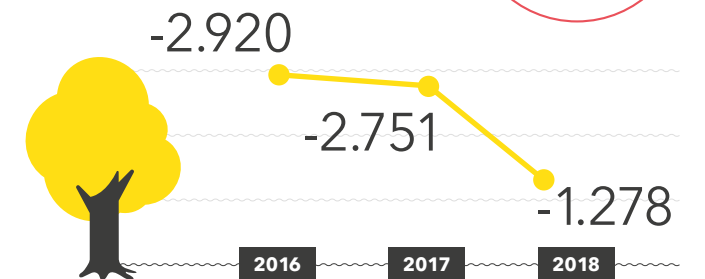
UMWELT

Jährliche Neu-emissionen von Green Bonds
IN MILLIARDEN EURO



+ Green Bonds wachsen unaufhaltsam.

Jährlicher Nettosenken-effekt im Wald- und Holz-sektor in der Schweiz
IN 1.000 TONNEN CO₂



Negative Vorzeichen entsprechen einer Nettospeicherung (Senke).

- Der Schweizer Wald speichert immer weniger CO₂.

-32,7%
-53,1%
-59,1%

Reduzierung der globalen Stickstoffdioxide NO₂ aufgrund des Übereinkommens über grenzüberschreitende Luftverunreinigung (CLRTAP von 1979)
RELATIV ZU 1990

Quelle: UNECE

+ Globale Koordination ist möglich.

Umdenken – das Motto unserer Zeit

Wir leben in einer Zeit des Umbruchs, in der wir uns – meist unfreiwillig – immer öfter außerhalb unserer Komfortzone bewegen müssen. Solches Umdenken fällt uns durch Üben leichter. Und Gefühle bewegen uns. Es gilt deshalb, unser emotionales Gedächtnis mit möglichst vielen positiven Erlebnissen zu bestücken. Wir präsentieren Ihnen Beispiele erfolgreicher kleiner und großer „Umdenker*innen“.

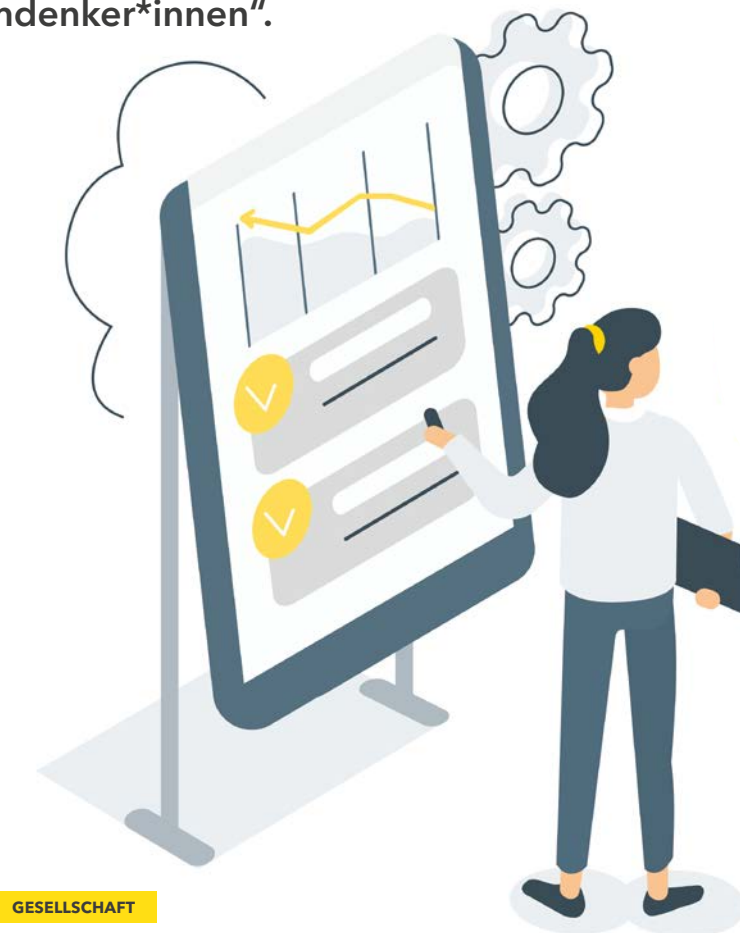
WIRTSCHAFT

Kaufen Sie unsere Produkte nicht!

Patagonia trifft den Nerv der Zeit

Während der Tenor in der Modeindustrie „Kauft mehr von unseren Produkten!“ lautet, zeigt sich das kalifornische Unternehmen Patagonia gerne als Gegenspieler der Konsumgesellschaft. Ganz nach dem Motto: Secondhand statt neu kaufen. Und findet damit Anklang.

➔ SEITE 8



GESELLSCHAFT

Wellbeing statt Bruttosozialprodukt

Warum Neuseeland Fortschritt neu definiert

Neuseeland kämpft mit einer steigenden Zahl Obdachloser und der höchsten Suizidrate unter jungen Menschen in der entwickelten Welt. Die Regierung versucht, die tief greifenden Probleme mit einem Wellbeing Budget in den Griff zu bekommen. Hat dieses Umdenken Zukunft?

➔ SEITE 10

UMWELT

Die Natur erhält einen Preis

Finanzminister*innen und Jurist*innen denken um

Wir erklären Ihnen, wie die Finanzminister*innen der G7-Staaten dafür sorgen wollen, dass Unternehmen und Finanzinstitute ein vollständiges Bild ihrer Umweltrisiken und -chancen erhalten. Auch Jurist*innen kommen zu Wort und geben nachhaltigem Umdenken ihren Segen: Investor*innen sollten sich befähigt fühlen, nachhaltige Wirkungsziele zu setzen und deren Fortschritt zu messen. Das ist die Quintessenz einer globalen rechtlichen Analyse im Auftrag der UNO.

➔ SEITE 12



BILDUNG

Umdenken für unsere Kinder

Bildung im digitalen Zeitalter

Wie bereiten wir unsere Kinder für die Welt von morgen vor? Was müssen wir Menschen in Zukunft noch können, wenn Maschinen immer mehr menschliche Arbeit ersetzen? Sollte die Schule digitaler werden oder lieber auf Altbewährtes setzen? Unter Pädagog*innen ist die Grundsatzfrage entbrannt, wie die Schule heute umdenken muss, um fit für morgen zu sein. Die Digital-expertin und Dozentin Dr. Sarah Genner hilft uns beim Einordnen der Debatte und gibt einen Ausblick.

➔ SEITE 14



Illustrationen: Irina Strelnikova / Stock



PODCAST

Erfahren Sie von Verwaltungsratsmitglied Christina Kehl mehr über die Inhalte der aktuellen Ausgabe.



globalance.com/zukunftbeweger-christina-kehl



Christina Kehl
Mitglied des Verwaltungsrats

Kaufen Sie unsere Produkte nicht!

Patagonia trifft den Nerv der Zeit

Während der Tenor in der Modeindustrie „Kauft mehr von unseren Produkten!“ lautet, zeigt sich das kalifornische Unternehmen Patagonia gerne als Gegenspieler der Konsumgesellschaft. Ganz nach dem Motto: Secondhand statt neu kaufen. Und findet damit Anklang.

Karen posiert stolz mit ihrer Secondhandjacke von Patagonia auf ihrem Instagram-Profilbild. Sie hat sie nicht etwa auf eBay oder beim lokalen Secondhandstore erworben, sondern offiziell bei Patagonia auf deren Website. Karen ist Teil einer neuen Bewegung, die das Kleiderunternehmen selbst gestartet hat. Kleidungsstücke sollen wiederverwendet statt neu gekauft werden. Gebrauchte Produkte wie Jacken, Pullover oder Shirts können im „Worn Wear Shop“ von Patagonia zurückgegeben werden. Dafür gibts einen Gutschein für ein anderes gebrauchtes oder ein neues Produkt.



Foto: ablokhin/Stock

„
Jedes fünfte Kleidungsstück wird so gut wie nie getragen.

Auch defekte Kleidung sollen möglichst nicht weggeworfen werden. Auf der Website von Patagonia gibt es zahlreiche Anleitungen, wie man kaputte Kleidungsstücke reparieren

kann. Will oder kann man dies als Kund*in nicht, hat man die Möglichkeit, das Produkt gratis einzuschicken, um es zu recyceln. So sind bis jetzt über 45 Tonnen Kleidungsstücke zurückgeschickt worden und daraus wurden 34 Tonnen neue Kleider hergestellt. Dadurch können große Mengen an Abfall vermieden werden.

Für den Kleiderschrank

Laut einer Studie von Greenpeace Deutschland wird jedes fünfte Kleidungsstück so gut wie nie getragen. Das summiert sich in Deutschland auf 1 Milliarde Kleidungsstücke, die im Kleiderschrank liegen bleiben.

Abfall-intensive Industrie

Laut dem WWF kauft jede Person in der Schweiz pro Jahr zwanzig Kilo neue Kleidung. Die globale Modeindustrie stellt eine der größten Umweltbelastungen für unseren Planeten dar: Pro Jahr produziert sie 2,1 Milliarden Tonnen Abfall und verursacht 1,7 Milliarden Tonnen CO₂. Bis jetzt nehmen nur wenige Unternehmen eine eigenverantwortliche Rolle ein, um diese Belastung für die Umwelt zu reduzieren – aber es werden immer mehr.

Patagonia hat es sich seit der Gründung 1973 zum Ziel gesetzt, die Umwelt zu schützen. Am medienwirksamsten ist sicherlich das Recycling-



“ Patagonia stellt sich öffentlich gegen Politi- ker*innen, die den Klima- wandel leugnen.”

programm, bei dem die Firma ihre Kund*innen ermutigt, eben nicht neue Produkte zu kaufen, sondern ihre getragenen Kleider gegen andere gebrauchte Produkte einzutauschen und defekte Ware zu reparieren oder zu recyceln. „Kaufen Sie diese Jacke nicht“, hieß es in einem Inserat in der „New York Times“ über einer Jacke von Patagonia. Daneben wurden die Auswirkungen der Konsumgesellschaft erklärt und auf die Secondhandkampagne aufmerksam gemacht. CEO Ryan Gellert sagte in einem Podcast, er wolle nicht, dass

jemand ein Kleidungsstück von Patagonia kaufe, der nicht dieselben Werte teile wie die Firma. Mit solchen Ansagen, den Initiativen wie der Secondhandkampagne und ihrem Aktivismus – Patagonia stellt sich öffentlich gegen Politiker*innen, die den Klimawandel leugnen – spricht die Firma eine wachsende Konsumentengruppe an: Laut einer aktuellen Umfrage des Wirtschaftsmagazins „Forbes“ bevorzugen besonders junge Generationen nachhaltige Unternehmen und sind gewillt, etwas mehr für diese Produkte auszugeben.

Umdenken in der Gastronomie

Starkoch Daniel Humm erfindet sich neu

Die Corona-Pandemie hat der Gastronomie weltweit zugesetzt. So auch dem Schweizer Starkoch Daniel Humm und seinem New Yorker Restaurant. Aber die Krise hat ihn auch zum Umdenken gebracht. Er kochte Mahlzeiten für bedürftige Menschen und kollaborierte mit der gemeinnützigen Organisation Rethink Food, um mehr Menschen in Not zu helfen. Außerdem hat Humm seine Speisekarte geändert und kocht nur noch vegan. „Um in Zukunft überleben zu können, brauchen wir höhere Zwecke als nur Geld und Konsum“, sagte er im „Tages-Anzeiger“.



Foto: VoleraStaimenova/Stock

Wellbeing statt Bruttosozialprodukt

Warum Neuseeland Fortschritt neu definiert

Neuseeland kämpft mit einer steigenden Zahl Obdachloser und der höchsten Suizidrate unter jungen Menschen in der entwickelten Welt. Die Regierung versucht, die tief greifenden Probleme mit einem neuen Ansatz in den Griff zu bekommen. Hat dieses Umdenken Zukunft?

Stellen Sie sich vor, Sie sind Pilot*in und fliegen hoch über den Wolken einen Passagierjet. Aber statt zahlreicher Anzeigen und Leuchten, die Ihnen sagen, ob mit dem Flugzeug alles in Ordnung ist, gibt es nur ein einziges Instrument im Cockpit: die Drehzahlmesser der Triebwerke. Keinen Kompass, keinen Höhenmesser, keine Angabe zum Kabinendruck, nichts. Kein vernünftiger Mensch würde in ein solches Flugzeug steigen. Genau so steuern wir – etwas überspitzt formuliert – unsere Volkswirtschaften. Das Bruttoinlandsprodukt ist unser „Drehzahlmesser“.

Das Bruttoinlandsprodukt erfasst lediglich Transaktionen, die einen Marktpreis haben, und gibt keinerlei Aufschluss darüber, wie es der Bevölkerung in einem Staat tatsächlich geht. „Nach traditionellen Messgrößen geht es uns gut. Aber die Zahl der Obdachlosen nimmt stetig zu und wir haben eine der höchsten Suizidraten unter jungen Menschen innerhalb der OECD“, sagte die neuseeländische Premierministerin Jacinda Ardern während des WEF in Davos im Jahr 2019. Im selben Jahr hat ihre Regierung das Wellbeing Budget eingeführt.

Neuseeland misst damit seinen Erfolg nach dem Wohlergehen der Bewohner*innen. Das bedeutet, dass sich die Ausgaben auf soziale Wohl-

fahrt konzentrieren. „Wenn eine*r meiner Minister*innen Geld ausgeben möchte, muss sie oder er zuerst belegen, dass das Vorhaben nachhaltig der gesamten Bevölkerung zugutekommt“, sagt Ardern, „und sie müssen departementsübergreifend zusammenarbeiten.“

Ein Staat denkt um

Weil Neuseeland in der Vergangenheit als Sozialstaat immer wieder versagt hat, beschloss die Links-Mitte-Regierung unter Ardern, einen komplett neuen Weg zu gehen. Der Zweck der Staatsausgaben sei es, die Gesundheit und Lebenszufrieden-

heit der Bürger*innen zu gewährleisten, und dies – nicht Wohlstand oder Wirtschaftswachstum – sei der Maßstab, an dem der Fortschritt eines Landes gemessen werden sollte, erklärte Ardern bei der Einführung des Budgets 2019.

Aber wie misst man sozialen und ökologischen Fortschritt in einem Land, wenn es keine vergleichbaren Messgrößen dafür gibt?

Kann der Erfolg oder Misserfolg überhaupt transparent dargelegt werden? Die neuseeländische Regierung fokussiert sich neu auf konkrete, langfristige Ergebnisse, auch für zukünftige Generationen (Outcomes).

Wie Neuseeland sein Wohlbefinden steigern will

Finanzierung von Maßnahmen für einen Übergang zu einer klimaresistenten, nachhaltigen und emissionsarmen Wirtschaft, aufbauend auf der COVID-19-Krise

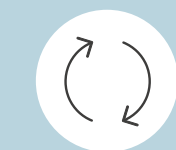
Bereiche Verkehr, Agrarforschung und andere Bestrebungen, die die Auswirkungen des Klimawandels abfedern

Zukunft der Arbeit



Zugang zu neuen Technologien für alle neuseeländischen Unternehmen zur Steigerung der Produktivität und der Löhne der am stärksten von der COVID-19-Krise Betroffenen

Bereiche Bildung, (digitale) Kompetenzen und Weiterbildung von Industrie, Unternehmen und Arbeitnehmer*innen



Gerechter Übergang

Quelle: „Wellbeing Budget 2021: Securing Our Recovery“, New Zealand Government

Wie hat sich das Wellbeing Budget bis jetzt behauptet?

Als die Regierung Neuseelands das neue Budget vorstellte, reichten die Kommentare von „zukunftsweisend“ bis „reines Politmarketing“. Nun ist das dritte Budget dieser Art aufgelegt. Die Probleme, mit denen der Pazifikstaat kämpft, sind nicht kleiner geworden – die Immobilienkrise hält an, die Suizidrate unter Jugendlichen ist gestiegen und die Kinderarmut bleibt hoch.

Hat das Wellbeing Budget versagt? Politische Analyst*innen und Wissenschaftler*innen sind sich uneinig. Das Problem ist, dass die Messlatte hoch, die Ziele langfristig und die Geduld in der Bevölkerung klein sind. Und die Corona-Pandemie hat außerordentliche Maßnahmen erforderlich gemacht. Ob die Wellbeing-Ziele langfristig erreicht werden, wird sich erst zeigen.



Foto: Kevin Wells / iStock

VERZICHT AUF ÖL- UND GAS-EXPLORATION – COSTA RICA MACHT ES VOR

Das Parlament von Costa Rica beriet im August dieses Jahres ein Gesetz, das die Exploration und Förderung fossiler Brennstoffe dauerhaft verbieten soll. Das Land strebt an, bis 2050 keine CO₂-Emissionen mehr zu verursachen. Erneuerbare Energien steuerten 2019 99,62 Prozent des Stroms für Costa Rica bei. 300 Tage bezogen die Einwohner*innen gemäß der staatlichen Energiebehörde ICE reinen Ökostrom. Damit lag der Anteil von Ökostrom im fünften Jahr in Folge bei über 98 Prozent. 2021 will Costa Rica erstmals ganz auf fossile Energien im Stromsektor verzichten. Zugpferd der erneuerbaren Energien ist dabei die Wasserkraft.

Costa Rica begann 2002 unter Präsident Abel Pacheco mit dem Verbot der Exploration fossiler Brennstoffe. Dieses Verbot sollte eigentlich 2014 auslaufen, wurde aber später bis 2050 verlängert. Der neue Gesetzesentwurf, der von der Regierung von Präsident Carlos Alvarado unterstützt wird, würde das Verbot permanent machen. Mit einem solchen Signal an die Welt würde Costa Rica erneut eine Pionierrolle einnehmen.



DIE SCHWEIZ SETZT AUF „BEWÄHRTES“

Wie sieht das Thema „Wellbeing“ in der Schweiz aus? Auf die Frage, ob der Bundesrat bereit wäre, ein ähnliches Budget wie Neuseeland aufzustellen, antwortete dieser zurückhaltend. „Die grundlegenden Weichenstellungen erfolgen in der Bundespolitik nicht mit dem Budget, sondern im Gesetzgebungsprozess“, hieß es in seiner Antwort. Dies erlaube es, eine „angemessene politische Diskussion“ zu führen und die betroffenen Anspruchsgruppen im Vernehmlassungsprozess miteinzubeziehen. Seit 1999 verfolgt der Bundesrat mit dem Finanzleitbild neben finanzpolitischen auch Ziele zur sozialen Gerechtigkeit und Stabilität. Zusätzlich gibt es eine sogenannte „Wohlfahrtsmessung“. Gemessen wird anhand von 40 Indikatoren aus den drei Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft und Umwelt. Es ist kein Maßnahmensystem, sondern nur eine Bestandsaufnahme zur Lage der Nation.

Die Natur erhält einen Preis

Finanzminister*innen denken um

Unternehmen und Finanzinstitute sollen ein vollständiges Bild ihrer Umweltrisiken und -chancen erhalten. Dank einer neuen, marktgesteuerten globalen Initiative der G7-Staaten sollen bereits im Jahr 2023 Maßnahmen gegen den Naturverlust ergriffen werden können.

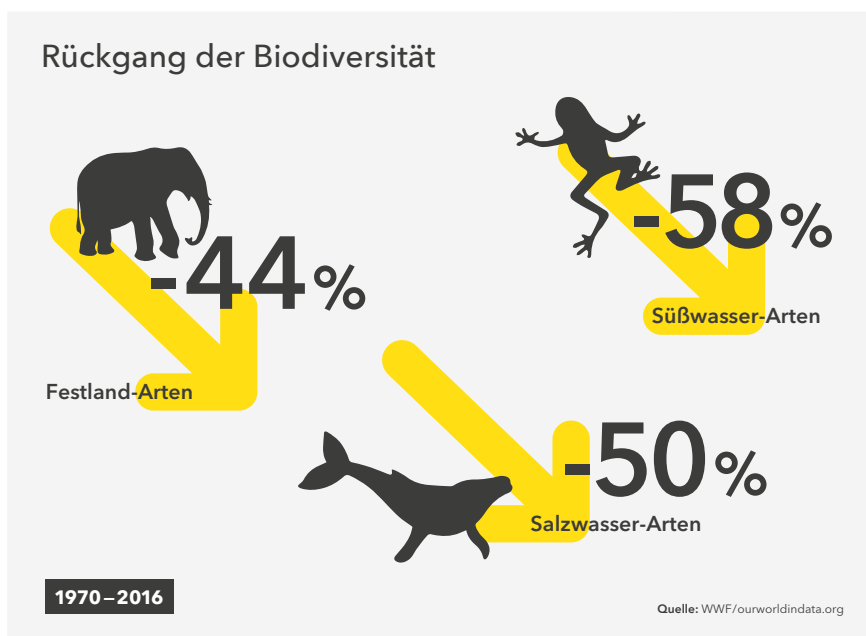


Funktionierende Ökosysteme sind für uns überlebenswichtig. Über die Hälfte des globalen Bruttoinlandsprodukts ist davon abhängig. Das Weltwirtschaftsforum stuft in seinem Global Risk Report 2020 den Verlust von Biodiversität und das Kollabieren von Ökosystemen als eine der größten Risiken in den nächsten zehn Jahren ein. Dabei könnten sich enorme Chancen auftun, wenn Politik und Wirtschaft Natur-positive Maßnahmen ergreifen würden: Bis 2030 könnten damit laut dem WEF weltweit 395 Millionen Arbeitsplätze geschaffen werden.

Es ist deshalb höchste Zeit, dass Biodiversität und Naturverlust in der Wirtschaft zu einem zentralen Thema werden. So ist es erfreulich, dass die Finanzminister*innen der Gruppe der sieben größten Volkswirtschaften (G7) das Problem erkannt haben. Sie haben im Juni 2021 den Start der „Taskforce on Nature-related Financial Disclosures“ (TNFD) befürwortet. Damit sollen Datenlücken geschlossen werden, die Unternehmen und Finanzinstitutionen bis jetzt daran gehindert haben, ihre naturbezogenen Risiken einzuschätzen. Denn meist tappen Organisationen im

Dunkeln, wenn sie den Einfluß ihrer Tätigkeiten oder Investitionen auf die Natur messen wollen.

Bis 2023 will die Taskforce nun einen Rahmen für Organisationen erarbeiten, der es ihnen ermöglicht, einheitlich über naturbezogene Risiken zu berichten und entsprechend zu handeln. Unternehmen und Finanzinstitute werden damit in die Pflicht genommen, den Naturverlust, der aus ihren Aktivitäten resultiert, zu quantifizieren. Ein wichtiger und längst überfälliger Schritt, um dem Verlust an Biodiversität entgegenzuwirken.



”
Es ist höchste Zeit, dass Biodiversität und Naturverlust in der Wirtschaft zu einem zentralen Thema werden.

Die günstige grüne Strom-Zukunft

Solarpanels werden immer günstiger und leisten immer mehr

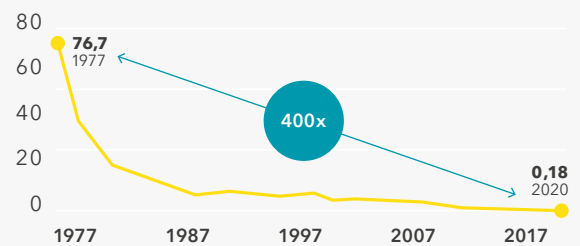
Mit jedem installierten Solarpanel sinkt dessen Preis. Ein Phänomen, das man auch die Lernkurve der erneuerbaren Energien nennt. Aber auch andere erneuerbare Energien werden immer kostengünstiger.

In der Schweiz ist das Potenzial der Sonnenenergie groß – zumindest, was die nutzbaren Flächen angeht. Allein auf den Hausdächern könnte mindestens die Hälfte des Stromverbrauchs mit Sonnenenergie gedeckt werden. Heute werden gerade mal weniger als 5 Prozent des Verbrauchs mit Fotovoltaikanlagen bewältigt. Dabei ist die Sonneneinstrahlung – regnerische Sommer wie 2021 ausgenommen – höher als in Deutschland, wo der Solarmarkt boomt.

Ein weiterer Faktor, der Solarenergie immer attraktiver macht, ist der Preis. Die Kosten sind in den letzten zehn Jahren um über 70 Prozent gesunken. Das hat einerseits damit zu tun, dass die Produktion von Solarpanels immer effizienter und dadurch günstiger wird und andererseits die

Preisentwicklung Solarstrom

IN US-DOLLAR PRO WATT



Nachfrage massiv gestiegen ist. So will etwa die US-Regierung unter Joe Biden bis 2035 fast die Hälfte des Stroms mit Sonnenenergie decken. China nimmt global gesehen schon länger die Vorreiterrolle bei erneuerbaren Energien ein und investiert mehr als Europa und die USA zusammen in diese Technologien.

Solche Investitionen fördern die Innovation, um noch leistungsstärkere Anlagen zu entwickeln, und helfen, die Kosten zu senken. Es ist ein Schritt in die richtige Richtung, um die Infrastruktur für erneuerbare Energien für die kommenden Jahre zu stärken.

Auf dem Weg zur Chancengleichheit

Wann schließt sich der Gendergap?

Frauen sind weltweit in Wirtschaft und Politik immer noch untervertreten. Laut aktuellen Berechnungen dauert es noch 136 Jahre, bis der Gendergap zwischen Frau und Mann geschlossen ist. Hoffnung gibt der Bildungsbereich, wo die Kluft stetig kleiner wird.

In der Schweiz dürfen Frauen erst seit 50 Jahren über politische Entscheide abstimmen und Vertreterinnen und Vertreter in Parlamente und Regierungen wählen. Damals ein heiß diskutiertes Thema in der ausschließlich von Männern dominierten Politikwelt, heute eine Selbstverständlichkeit.

Geschlechtergleichheit ist heute ein wichtiges Thema, dessen sich nicht nur die Politik, sondern auch Unternehmen angenommen haben. Laut Berechnungen des Weltwirtschaftsforums (WEF) wird es aber noch ein paar Generationen dauern, bis Frau und Mann in allen Gesellschaftsbereichen gleichgestellt sind. Besonders durch die Corona-Pandemie hat sich der Abstand noch vergrößert – von knapp 100 Jahren auf rund 136 Jahre. So lange dauert es laut dem WEF, bis der Gendergap geschlossen ist.

Ein Licht am Horizont ist beim Thema „Bildung“ zu sehen. Der Graben zwischen den Geschlechtern im Bildungsbereich verringert sich jährlich immer mehr, sodass der Unterschied zwischen Mann und Frau weltweit „nur“ noch 14 Jahre beträgt. Dennoch liegt die Schweiz im Vergleich mit anderen Staaten beim Thema „Chancengleichheit“ nur auf Platz 23 von 195. Dies ergibt eine Auswertung aus Daten des „Women’s Power Index“ von UN Women. Demnach liegt der Frauenanteil im National- und Ständerat bei 42,9 Prozent. Der höchste Frauenanteil in einem nationalen Parlament hat übrigens Spanien, gefolgt von Finnland und Nicaragua.



Umdenken für unsere Kinder

Bildung im digitalen Zeitalter



Wie bereiten wir unsere Kinder für die Welt von morgen vor? Was müssen wir Menschen in Zukunft noch können, wenn Maschinen immer mehr menschliche Arbeit ersetzen? Sollte die Schule digitaler werden oder lieber auf Altbewährtes setzen? Unter Pädagog*innen ist die Grundsatzfrage entbrannt, wie die Schule heute umdenken muss, um fit für morgen zu sein. Die Digitalexpertin und Dozentin Dr. Sarah Genner hilft uns beim Einordnen der Debatte und gibt einen Ausblick.

„Bitte stellen Sie Ihre Kamera wieder ein, Dominik“, ermahnt die Lehrerin zum wiederholten Male den Schüler während des Fernunterrichts über Microsoft Teams. Die Kamera geht an und man sieht einen Schüler im Trainingsanzug auf einem Bett liegen. Auch wenn der Umgang im digitalen Klassenzimmer zuerst noch geübt werden musste – etwas Positives hat die Corona-Pandemie: Schulen haben wohl oder übel viel Erfahrung mit digitalen Tools gesammelt.

Die Pandemie zeigte im Bildungsbereich, wo die Reise hingehen könnte, wenn wir von digitaler Schule sprechen. Und dennoch ist vieles von diesem notfallmäßig umgestellten digitalen Fernunterricht nicht das, was sich viele unter Schule im digitalen Zeitalter vorstellen. Wo setzen wir in Zukunft den Fokus, wohin soll sich die Schule entwickeln? „Niemand weiß im Detail, welche Kompetenzen und Werthaltungen in Zukunft für ein gelingendes Leben und einen sicheren Arbeitsplatz zählen, und schon gar nicht im Einzelfall“, sagt die Digitalexpertin Dr. Sarah Genner. Ihr Spezialgebiet sind die Auswirkungen digitaler Technologien auf uns Menschen, auf die Gesellschaft und die Arbeitswelt.

Das Skill-Set für die Berufe von morgen

Sarah Genner hat aus insgesamt 26 Modellen und Auflistungen rund 100 Skills und Kompetenzen analysiert und zusammengefasst. Diese Aggregation gibt Aufschluss über die aktuelle Diskussion zur Entwicklung des Bildungssektors sowie einen Anhaltspunkt, wo es tatsächlich Entwicklungspotenzial gibt.

Die Wissenschaftlerin findet drei Kompetenzcluster, die immer wieder genannt werden und welche für die Entwicklung des Bildungssektors wichtig sind:

- + Selbstkompetenzen:** Selbstreflexion, Selbststeuerung, Selbstorganisation, Selbstdisziplin etc.
- + Soziale Kompetenzen:** Kommunikation, Kollaboration, Teamfähigkeit, Beziehungspflege, Empathie, Umgang mit Diversität etc.
- + Analytisches Denken:** Problemlösung, kritisches Denken, Kreativität etc.

Sarah Genners Modell basiert auf den drei Säulen „Fachliche Kompetenzen“, „Soziale Kompetenzen“ und „Persönliche Kompetenzen“ (vgl. Grafik). Digitale Kompetenzen sind jeweils Teil jeder einzelnen Säule, was die Durchdringung der Digitalisierung durch alle Gesellschaftsbereiche widerspiegelt.

Verankerte Werte sind zentral für unsere Kompetenzentwicklung.

gelt. Interessant ist auch der Einbezug von Grundwerten wie Respekt, Verantwortlichkeit, Selbstwert oder Geduld. „Wenn die Verankerung in Werthaltungen nicht gegeben ist, dann wirken sich Kompetenzen in einem gesamtgesellschaftlichen Sinne nicht unbedingt positiv aus“, sagt die Schweizer Digitalexpertin dazu.

Gute Bildung in digitalen Zeiten

Das Modell zeigt prägnant auf, wie wichtig es ist und sein wird, dass sich die Schule nicht nur auf die Vermittlung fachlicher Kompetenzen kon-

Freude am Lernen ist in Zeiten schnellen Wandels von Vorteil.

zentriert. Soziale und persönliche Kompetenzen sind genauso gefragt, aus denen sich Persönlichkeitseigenschaften wie Resilienz, Teamfähigkeit oder Flexibilität ergeben. Letztere sei besonders wichtig, sagt Genner: „Es ist eine Binsenwahrheit, dass lebenslanges Lernen in Zeiten schnellen Wandels von Vorteil ist, gerade weil wir vermutlich manche künftig notwendigen Kompetenzen noch gar nicht voraussehen können“. Damit spricht sie die Weiterbildung nach

der Ausbildung an. Die zunehmende Auswahl an CAS, MAS und ähnlichen Angeboten spiegelt dies wider. Schulen sollen Kinder und Jugendliche in den nötigen Grundkompetenzen stärken. Natürlich ist das Nutzen digitaler Tools im Unterricht sinnvoll und hilft, gewisse digitale Kompetenzen zu vermitteln. Dennoch ist für die Digitalexpertin klar: „Wir brauchen in erster Linie gute Bildung im digitalen Zeitalter. Wer sich isoliert auf digitale Kompetenzen stützt, kommt nicht weit.“



Dr. Sarah Genner

Freischaffende Medienwissenschaftlerin,
Digitalexpertin und Keynote-Speakerin

Dr. Sarah Genner doziert an zahlreichen Hochschulen wie den Universitäten Basel und St. Gallen oder der ETH und schreibt regelmäßig zu Digitalthemen für die „Neue Zürcher Zeitung“. Im Rahmen der Globalance-Eventreihe „Der Footprint bewegter Frauen“ hat Dr. Sarah Genner ein viel beachtetes Referat zum Thema „Megatrend Bildung“ gehalten.

Kompetenzen und Grundwerte im digitalen Zeitalter

 Fachliche Kompetenzen	 Soziale Kompetenzen	 Persönliche Kompetenzen
Lesen, Schreiben, Rechnen	Kommunikations- fähigkeiten	Lernfähigkeit
Informationen filtern	Teamfähigkeit	Kreativität
kritisches Denken	Offenheit	Belastbarkeit
Probleme lösen	Engagement	Selbstorganisation
Arbeitstechniken		Flexibilität
Technologien anwenden	Interaktion über Technologien	Umgang mit der digitalen Identität
Informationen filtern		Technikumgang
Datenschutz		
 Digitale Kompetenzen		

Grundwerte

Respekt	Selbstwert	Mäßigung	Lebenssinn
Dankbarkeit	Offenheit	Vergebung	Geduld
Ehrlichkeit	Fairness	Verlässlichkeit	Freundlichkeit
Integrität	Vertrauen	Bescheidenheit	Humor
Verantwortung	Mut	Loyalität	Hoffnung

Quelle: Genner, Sarah (2019): «Kompetenzen und Grundwerte im digitalen Zeitalter», in «Aufwachsen im digitalen Zeitalter», Seite 13

Beim Arzt, in den Bergen und in Unternehmen

Umdenker*innen, die Altbekanntes neu erfunden haben

Immer wieder wird etwas Bekanntes neu erfunden und verbessert. Wir fragen, weshalb das nicht bereits viel früher passiert ist. Lag doch eigentlich auf der Hand. Am Anfang vieler solcher Neustarts stehen Umdenker*innen. Zwei gelungene Beispiele führen wir hier auf. Ausserdem stellen wir ein junges Team in Bern vor, das Menschen und Firmen beim Umdenken begleitet.



GESUNDHEITSWESEN

Der Doktor, der niemals schläft

Jürg Müller-Schoop, der Erfinder der Permanence-Notfallpraxis am Zürcher Hauptbahnhof, erkannte 1997: Bequemlichkeit schlägt Vertrauensarzt.

Immer weniger Menschen haben feste Hausärzt*innen. Für unsere medizinische Grundversorgung und bei wenig gravierenden Notfällen suchen wir rasch die nächstgelegene Notfallpraxis auf. Eine der ersten dieser „Walk-in“-Praxen war die Permanence im Zürcher Hauptbahnhof. Initiator war der Arzt Jürg Müller-Schoop. Er erkannte das Bedürfnis für eine bequeme Anlaufstelle zwischen Ärzten, Spitälern und Apotheken. Ursprünglich sah der Plan vor, dieses Angebot vor allem auf Tourist*innen auszurichten. Heute wohnen 9 von 10 der Patient*innen im Kanton Zürich. In der Stadt Zürich übernimmt die Permanence rund ein Drittel der Notfallversorgung: Das persönliche Vertrauensverhältnis zum Hausarzt ist für die jüngere, urbane Bevölkerung weniger entscheidend als die Bequemlichkeit, praktisch rund um die Uhr Zugang zur medizinischen Grundversorgung zu haben.

Der unternehmerisch talentierte Mediziner Müller-Schoop verkaufte 2017 die Permanence an Medbase. Müller-Schoops nächster Streich: die innovative ApoDoc in Zürich-West. Sie vereint eine Apotheke, eine Gruppenpraxis mit fünf Allgemeinmediziner*innen und ein Café unter einem Dach. Die Vorstellung, dass auch Gesunde auf einen Espresso in die Praxis kommen, braucht tatsächlich Umdenken.

TOURISMUS

Ein Billigbett in den Bergen: Geht das?

Daniel Renggli will das Saisonhotel neu erfinden.

Früher einchecken – kostet extra. Tägliches Bettenmachen und Reinigen – kostet extra. Wellness – gibt es nicht. Rezeption – gibt es auch nicht. Machen Ferien so Spaß? Neo-Hotelgründer Daniel Renggli ist überzeugt davon. Die jüngeren Gäste wollten in den Bergen ein Bett, attraktive Gemeinschaftsräume und insbesondere einen günstigen Preis. „Solide Zwei-Sterne-Einrichtung im Zimmer, gefühlte vier Sterne im Aufenthaltsbereich – und das Ganze zu einem Preis, der unter dem liegt, was die klassische Drei-Sterne-Hotellerie verlangt“, so fasst Renggli in der „Handelszeitung“ seine Formel für die Revier Hotels zusammen.

Die ersten beiden Häuser stehen in Adelboden und Lenzerheide. Sein „Umdenken“ in Sachen Hotel heißt übersetzt, Investitionen für den Bau und Kosten im Betrieb so weit wie möglich zu senken, beispielsweise beim Energieverbrauch. Und vor allem beim Personal. Weniger als die Hälfte der Angestellten in der klassischen Hotellerie sorgen für Kontakt mit Gästen, trotz Fehlen der Rezeption. Solche Hotelkonzepte feiern bisher nur in Städten



Erfolge. Wie so oft ist es ein Quereinsteiger, der eine etablierte Branche das Fürchten lehrt. Dass dieser, so wie Daniel Renggli, noch dazu gut rechnen kann, macht die Gefahr für viele traditionelle Herbergen noch größer: Diese waren bereits vor der Pandemie zu ertragsschwach, um längst überfällige Erneuerungen zu stemmen.

Heute sind es nicht nur junge Gäste, sondern auch Familien und rüstige Pensionierte, welche ein minimalistisches Holzzimmer mit Panoramafenster dem 80er-Jahre-Charme eines Hotel garni vorziehen.



Fotos: adelboden.revierhotels.com

Radikale Ideen und Alternativen

Was wäre, wenn?

Bedürfnisse

Was wollen die Menschen wirklich?

Gewohnheiten

Welche Verhaltensmuster haben sich eingeschlichen?

Umdenken können wir lernen

Im Kern aller Innovationen stehen aufmerksames Hinschauen und strukturiertes Vorgehen.

„Prototyping“

Schnelles Testen neuer Ideen in der Realität

Machen

Diszipliniertes Umsetzen

TEAMENTWICKLUNG

Lotsen fürs Umdenken

Ein Team hilft Organisationen und Menschen, innovativ zu sein, und ist selbst ein Experiment.

Manchmal brauchen wir einen Schubs, wenn wir etwas verändern wollen. Dies gilt auch für Organisationen. Diese können ihn bei Superloop Innovation bestellen. Die Berner Firma begleitet unterschiedliche Organisationen wie die Swisscom, die SBB, das Kunstmuseum Bern oder das Schweizerische Rote Kreuz bei Innovationsprojekten. „Menschenzentrierte Innovation“ heißt das Motto und Superloop macht diese Ideologie Unternehmen zugänglich, die mehr als Profit verfolgen und auch den Menschen und Nachhaltigkeit ins Zentrum stellen.

Innovation bei Non-Profit-Organisationen ist ein Schwerpunkt: Diese müssten viel mehr Treiber sozialer Innovation sein, denn ihre Mission ist es in der Regel, das Leben von Menschen und Umwelt zu verbessern. Sich selbst bezeichnet das Team von Superloop als „Netzwerkfirma“ mit nur wenigen Angestellten. Die meisten Expert*innen arbeiten als „Ich-AG“ oder haben nebenher noch weitere Jobs.

Innovative Lösungen für unsere Welt von morgen

WAS SIND ZUKUNFTBEWEGER?

Zukunftsbeweger sind Unternehmen, die erfolgreich auf die weltweiten Megatrends reagieren und Lösungen für die globalen Herausforderungen entwickeln.

Sie lösen mit zukunftsorientierten Konzepten überholte Geschäftsmodelle ab und erzielen gleichzeitig einen positiven Footprint. Sie bauen smarte Megacitys, ermöglichen die Energiewende, setzen auf die Kreislaufwirtschaft oder entwickeln nachhaltige Mobilitätsplattformen.

KLIMA UND ENERGIE

Legrand SA FRANKREICH

Die französische Gesellschaft verschreibt sich der Herstellung sowie Verbesserung elektrischer und digitaler Gebäudeinfrastrukturen, welche einen geringeren Energieverbrauch zur Folge haben. Das hocheffiziente Unternehmen ist der weltweit führende Anbieter von Niederspannungsprodukten und erzielt einen positiven Footprint.



DIGITALISIERUNG

Tenable Holding USA

„Finde selbst die eigenen Schwachstellen, bevor es andere tun.“ So denken offensichtlich 50 Prozent der Fortune 500 und weltweit mehr als 30.000 Unternehmen, die auf Tenable vertrauen. Das US-Unternehmen bietet Produkte zur Verwaltung und Messung von Cybersecurityrisiken. Die Plattform spürt allfällige Mängel im Sicherheitssystem auf und behebt diese vorausschauend – ein raffinierter Schutzwall gegen Angriffe aus der „Hacker-Welt“.



KLIMA UND ENERGIE

Scatec NORWEGEN

Für frischen Wind und sonnige Aussichten ist das weltweit agierende Unternehmen aus Norwegen verantwortlich. Von der Entwicklung über den Bau bis zum Betrieb und der Wartung von Solar- und Windparks bietet Scatec ein regelrechtes All-inclusive-Angebot für Stromerzeugung in 23 Ländern an. Ein grüner Allrounder mit stabilem Cashflow aus der erneuerbaren Stromproduktion.



KONSUMGESELLSCHAFT

Etsy USA

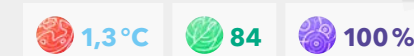
Bereits 2005 in den Vereinigten Staaten gegründet, setzt Etsy beachtliche Ausrufezeichen. Als viertgrößte E-Commerce-Website in den USA sorgt das Unternehmen in puncto Nachhaltigkeit für Aufsehen. Als erste E-Commerce-Firma kompensiert Etsy 100 Prozent ihrer CO₂-Emissionen. Eine digitale Plattform für weltweiten Handel handgemachter Produkte, die sich mit einem jährlichen Umsatzwachstum von 20–30 Prozent auch in Zukunft bestens positioniert.



NEUE MOBILITÄT

Ballard Power KANADA

Der kanadische Hersteller von Brennstoffzellen legt den Schwerpunkt auf die Märkte für Hochleistungsprodukte in den Bereichen Schwerlastantriebe, tragbare Geräte, Materialtransport und Notstromversorgung. Mit dem Erfahrungsschatz von 40 Jahren im Gepäck steuert Ballard Power auf den enorm stark wachsenden Markt (> USD 130 Mrd.) der „schweren Fahrzeuge“ zu. Neben dem hohen Marktanteil und einer soliden Bilanz wird bis 2030 zusätzlich mit einem jährlichen Umsatzwachstum von 50 Prozent gerechnet.



Klima und Energie

Unternehmen, die im Bereich erneuerbarer Energien innovative Produkte und Dienstleistungen wie Effizienz, Speicher und Verteilung entwickeln.



Konsumgesellschaft

Unternehmen, die den Wandel zur verträglichen Konsumgesellschaft in den Bereichen Lifestyle, Freizeit, Luxus und Konsum im Alter vorantreiben.



Digitalisierung

Unternehmen, die die digitale, automatisierte und datengetriebene Revolution von Wirtschaft und Gesellschaft vorantreiben.



Neue Mobilität

Unternehmen, die von weltweit steigenden Mobilitäts- und Informationsströmen sowie neuen und nachhaltigen Mobilitäts- und Logistikkonzepten profitieren.



KLIMAERWÄRMUNGSPOTENZIAL



GLOBALANCE FOOTPRINT*



ANTEIL AN GLOBALEN MEGATRENDS

Green Bonds – eine Anlagechance?

Grüner, höhere Rendite oder beides?

Auf der Suche nach nachhaltigen Anlagen mit positivem Impact erweisen sich bei Klima- und Umweltthemen Green Bonds als Überflieger. Investor*innen erhalten damit die Möglichkeit, gezielt in entsprechende Projekte zu investieren. Doch wie transparent und nachhaltig sind die grünen Anlagen wirklich? Wir schauen genau hin und klären auf, was Sie über Green Bonds wissen müssen.

Die Schweizer Telekomanbieterin Swisscom ersetzt ihre Dieselfahrzeuge durch Elektroautos und installiert Solaranlagen. Maßnahmen, die bis 2025 helfen sollen, den Netto-CO₂-Ausstoß um 450.000 Tonnen zu senken. Anleger*innen können das Vorhaben unterstützen, indem sie in den neuen Green Bond der Swisscom investieren, der mit einem Volumen von 500 Millionen Euro im Mai 2020 platziert wurde.

Swisscom erzielt so einen Zinsvorteil und stellt ihre Klimastrategie unter Beweis. Investor*innen ihrerseits erhalten den Nachweis, dass ihr Kapital direkt für Umweltverbesserungen eingesetzt wird. Das Schweizer Beispiel

illustriert den weltweiten Boom der noch jungen Anlageklasse. Allein letztes Jahr wurde weltweit ein Wachstum von über 60 Prozent registriert.

Was spricht für Green Bonds?

Der Finanzsektor gilt als entscheidender Hebel, um die weltweiten Umweltziele zu erreichen und die dafür notwendigen Transformationen in Sektoren wie Verkehr, Energie oder Telekommunikation zu bewältigen. Grüne Anleihen haben sich dabei als „Verkaufsschlager“ entpuppt. Durch sie können Investor*innen konkrete positive Wirkung erzielen. Wichtige Voraussetzung: Es braucht greifba-

rere Beweise, dass das investierte Kapital einen positiven Unterschied in der Welt erzielt. Gleichzeitig ist, wie für jede festverzinsliche Anlage, ein ausgewogenes Risiko- und Ertragsprofil entscheidend. Positive Wirkung, ohne Abstriche bei Liquidität und Rendite – so lautet das Verkaufsargument.

”
Während der Laufzeit ihrer Anleihen erhalten Investor*innen den Nachweis über erreichte oder verpasste Umweltziele.

Halten Green Bonds, was sie versprechen?

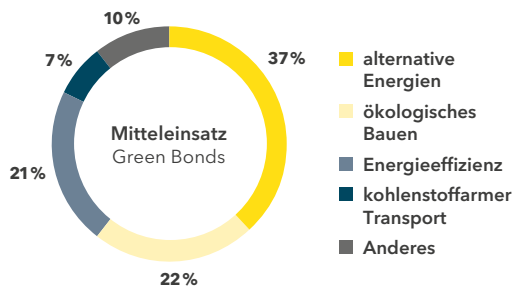
Die Kritik des Greenwashings hat grüne Anleihen seit ihrer Entstehung begleitet. Unterdessen hat sich ein ausgeklügeltes „Ökosystem“ an Regeln und Akteuren herausgebildet, welches das Risiko des Missbrauchs deutlich verkleinert (siehe Box). Einerseits kommen Qualitätsstandards zur Anwendung, andererseits lassen Herausgeber ihre Anleihen durch spezialisierte Ratingagenturen überprüfen. Während der Laufzeit erhalten Investor*innen den Nachweis über erreichte oder verpasste Umweltziele.

Zusätzlich hat das Wachstum dieses Segments des Kapitalmarkts die Politik auf den Plan gerufen, welche die Umweltkriterien noch verbindlicher festlegen wird.



Foto: Matheus Silva/Stock

Wo investieren Green Bonds:



Das Total liegt unter 100%, weil einige neue Unternehmen ihre Berichte über die Mittelverteilung noch nicht veröffentlicht haben. Quelle: NN Investment Partners

Wie investiert man erfolgreich in Green Bonds?

Eine Checkliste

1 Aktive, sorgfältige Auswahl

Gerade in einem so rasch wachsenden Markt müssen Anleger*innen selektiver vorgehen und nur dort investieren, wo für sie die finanziellen Fundamentaldaten sowie die positiven Impacts stimmen. Das Portfolio sollte genügend diversifiziert sein.

2 Verwendung des Kapitals auf Projektebene prüfen

Erfüllen die geplanten Aktivitäten die ihre angestrebten Umweltziele betreffenden Anforderungen? Diese Analyse sollte, soweit möglich, vom Emittenten quantifiziert werden und sich in der rechtlichen Dokumentation für das Wertpapier widerspiegeln.

3 Den Herausgeber der Anleihe prüfen

Wird die Verwendung des Kapitals positiv bewertet, ist als Nächstes auch der Emittent umfassend betreffend Unternehmensführung (Corporate Governance) und Nachhaltigkeit zu bewerten.

4 Dialog während der ganzen Laufzeit

Für die Beurteilung der tatsächlich erzielten Umweltverbesserungen ist ein laufender Dialog mit den Herausgebern unabdingbar.

So investiert Globalance in Green Bonds

Globalance arbeitet für Anlagen in Green Bonds mit ausgewählten, spezialisierten Manager*innen zusammen. Sie stehen im regelmäßigen Austausch mit den Herausgebern der Anleihen. Einer dieser Partner ist NN Investment Partners, welcher verschiedene Green Bond Funds betreut. Dort können wir auf ein ausführliches Reporting über die positive Wirkung dieser Anlagen zugreifen. Beispielsweise sind die jährlich vermiedenen Treibhausgasemissionen die am häufigsten berichtete Kennzahl für die Wirkung von Green Bonds. Im Jahr 2020 wurden für jede Million Euro 300 Tonnen CO₂-Emissionen eingespart.

WAS SIND GREEN BONDS?

Green Bonds sind festverzinsliche Anleihen. Sie werden von Unternehmen, Entwicklungsbanken, öffentlichen Körperschaften oder Ländern herausgegeben und dienen ausdrücklich der Finanzierung von Aktivitäten zur Verringerung von Umwelt- und Klimaschäden. Beispielsweise investiert Unilever mit Green Bonds in Klimaschutzmaßnahmen, Daimler in die Entwicklung emissionsarmer Fahrzeuge oder die Weltbank in Eisenbahnprojekte in Entwicklungsländern.

2020 sind gemäß Angaben der Ratingagentur Standard & Poor's neu nachhaltige Anleihen im Umfang von global 530 Mrd. US-Dollars emittiert worden, das sind 63% mehr als im Vorjahr. S&P erwartet, dass Ende 2021 gesamthaft Anleihen im Wert von 2 Bio. US-Dollar im Markt platziert sein werden, die mit Nachhaltigkeitszielen versehen sind. Im Juli 2021 kündigte die EU an, einen eigenen *EU Green Bond Standard* zu schaffen, um zusätzliches privates Kapital für ihren European Green Deal zu mobilisieren.

Der Footprint von Green Bonds



Märkte und Infrastruktur

Investiert in die nachhaltige Infrastruktur für Mobilität und Energie
Große Additionalität



71 VON 100 — STARK POSITIV



Gesundheit

Investiert in Kläranlagen und die Versorgung mit sauberem Wasser



71 VON 100 — STARK POSITIV



Ressourcen und Klima

Investiert in Energieeffizienz und die Produktion erneuerbarer Energie



86 VON 100 — SEHR STARK POSITIV

Umdenken — Stabilität in der Bewegung

Routinen helfen, Stabilität ins Leben zu bringen. Die morgendliche Tasse Kaffee, bevor wir in den Tag starten, der Weg zur Arbeit sowie das Treffen zum Joggen alle zwei Tage oder das obligatorische Sonntagsessen mit der Familie. All das gibt Halt und Struktur in eine Woche, die sonst ganz willkürlich verlaufen würde.

Doch was passiert, wenn diese Routinen plötzlich wegbrechen? Verlieren wir unseren Halt und driften in ein Meer der Orientierungslosigkeit ab? Es gibt viele Auslöser für ein solches Wegbrechen: Umzüge, berufliche Veränderungen – eine Pandemie ist jedoch sicher ein gravierender, noch dazu weil sie jeden gleichzeitig erwischt hat. Eine spannende Frage für die momentane Situation wäre daher: „Wie entwickle ich Stabilität in der Bewegung?“

„In einem wankenden Schiff fällt um, wer stillsteht und sich nicht bewegt“, schrieb der deutsche Schriftsteller Ludwig Börne einmal. Also bleiben wir besser in Bewegung und schreiten mutig voran? Doch wohin? Geradeaus, links oder rechts? Diese Fragen wird niemand für uns beantworten können. Es liegt einzig an uns und der Frage, wohin wir wollen.

Nun wurden wir gezwungen, gewohnte Verhaltensmuster loszulassen und das Wollen zu identifizieren. Das bedeutet, wieder auf sich selbst zu vertrauen. Gerade in unsicheren Zeiten scheint das ein schwieriges Unterfangen zu sein. Beobachtet man Kinder, fällt jedoch auf, dass sie sich ständig in einer solchen Bewegung befinden. Alles ist neu und Kinder geben sich dem Neuen viel mutiger hin als wir.

Steht uns die Erfahrung im Weg oder haben wir verlernt, unserer eigenen Intuition zu folgen? Ich vermute Letzteres.

Mut, loszulassen und Neues zu entdecken, erfordert ein Umdenken von Problemen in Möglichkeiten. Wie bei einem Kind, das die ersten Schritte oder die ersten Schwünge auf den Skiern macht. Ja, auch wir werden hinfallen, darum geht es nicht. Was zählt, sind die Male, die wir wieder aufstehen.



Tanja Schug

Nach mehr als einem Jahrzehnt in der strategischen Beratungswelt gründete Tanja Schug 2018 Zero Senses. Dort kombiniert sie präzise klassische Analyse mit einer bewussten Intuition. Das Resultat sind klare Geschäftsstrategien für ihre Kund*innen.

Ein Zukunftsbeweger mit Potenzial

Chegg Inc. – digitale Lernplattform für Schüler*innen und Studierende

Foto: FG Trade/Stock



Chegg ist eine Online-Lernplattform, welche Studierende aus der ganzen Welt und aus verschiedenen Altersgruppen vernetzt, ihnen bei der Ausbildung hilft und sie unterstützt. Mit einer Monatsgebühr von rund USD 15 erhält man Zugriff auf alle Inhalte aus den Bereichen Business, Engineering, Mathematik und Naturwissenschaft.

Alle Leser*innen, die vor 1980 geboren wurden und damit nicht zur Generation Y oder Z gehören, werden sich an dieses Szenario erinnern. Versetzen Sie sich ins Schulzimmer von damals: Vor Ihnen eine mathematische Aufgabe, die es zu lösen gilt. Vorn an der schwarzen Wandtafel müht sich die Lehrperson ab, das Gekritzel nimmt kein Ende und doch steht am Schluss eine Lösung da. Sie reiben sich die Augen – der Lösungsweg bleibt verschlossen.

Stellen Sie sich vor, sie hätten damals mit einer App auf Ihrem Handy die zu lösende Gleichung fotografiert und im Handumdrehen hätte Ihnen das Programm eine Schritt-für-Schritt-Erklärung zum Lösungsweg des Matheproblems geliefert. Vor 40 Jahren noch Utopie – heute Realität. Denn genau diese Funktionen erfüllt der „Chegg Math Solver“ der gleichna-

migen amerikanischen Lernplattform. Das US-Unternehmen Chegg betreibt eine vernetzte Lernplattform, die bedarfsgerecht, adaptiv und personalisiert funktioniert. Diese wird durch ein Netzwerk von Online-Lehrkräften unterstützt. Die Plattform bietet kostenlose Stipendien, Kursrezensionen, Rund-um-die-Uhr-Studienhilfe und die Ausleihe von Lehrbüchern für einen Bruchteil der Kosten eines Kaufs an – alles in einem großen bildungsfördernden Hub für Studierende.

Es überrascht nicht, dass der Umsatz im ersten Pandemie-Jahr (2020) um über 50% gewachsen ist. Für 2021 wird ein Umsatz von rund USD 800 Millionen prognostiziert (ein Plus von 24% gegenüber dem Vorjahr). Chegg arbeitet mit einem Abo-Modell (vergleichbar mit Netflix). Die günstigste Monatsgebühr beträgt USD 15. Das Unternehmen erhält

regelmäßig Preise als einer der beliebtesten Arbeitgeber im US-Tech-Bereich.

Das US-Unternehmen ist in Bezug auf den Megatrend „Wissensgesellschaft“ optimal positioniert und im Globalance Zukunftsbeweger Fonds enthalten.



David Hertig

Gründungspartner und Leiter Anlagen

Chegg Inc. /USA

Megatrends:

WISSENSGESELLSCHAFT

DIGITALISIERUNG

Globalance-World-Kennzahlen:



2,5°C



73



100%

Nachhaltigkeit oder Fast Fashion?

„Sprich so über Nachhaltigkeit, dass es jede*r versteht.“

Der Titel Ihrer aktuellsten Veröffentlichung lautet „Attitude-Behavior Gap Report“. Darin thematisieren Sie die sogenannte „Attitude-Behavior-Gap“: Wir handeln nicht so, wie wir es in Umfragen ankündigen. Warum fällt es uns als Individuen so schwer, umzudenken und unser Verhalten zu ändern?

Genau das wollten wir mit unserer Studie herausfinden. Wir wissen, dass es in Bezug auf nachhaltiges Modeshopping eine Diskrepanz zwischen Einstellung und Kaufverhalten gibt – also wie Konsument*innen gern einkaufen möchten und wie sie am Ende tatsächlich handeln. Wir wollten erläutern, warum es Konsument*innen oft schwerfällt, ihren Werten auch beim Shopping treu zu bleiben. Als wir sie fragten, welche Begriffe sie mit nachhaltiger Mode verbinden, war die häufigste Antwort „Schuldgefühle“ (70 %). Am seltensten wurde „Spaß“ (44 %) genannt.

Jede*r zweite Kund*in versteht nicht, was Nachhaltigkeit im Kontext von Mode bedeutet. Mit diesen Zahlen im Hinterkopf darf man zu Recht behaupten, dass nachhaltige Mode ein Imageproblem hat.

Wir glauben fest daran, dass

wir dieses Imageproblem lösen können. Und wenn ich „wir“ sage, dann meine ich sowohl die Modebranche, einschließlich Zalando, als auch die Verbraucher*innen.

Wie hat diese Studie Zalandos eigenes Handeln beeinflusst?

Der Bericht enthält klare und umsetzbare Empfehlungen für die Modeindustrie und die Verbraucher*innen, wie wir gemeinsam die

„Attitude-Behavior-Gap“ für nachhaltige Mode schließen können. Mit unserem neuen wertebasierten Browsing-Erlebnis haben wir bereits eine unserer Empfehlungen umgesetzt: „Sprich so über Nachhaltigkeit, dass es jede*r versteht.“ Kund*innen sind durch das neue Angebot nun in der Lage, basierend auf Werten und mithilfe von Kategorien, die ihnen wichtig sind, einzukaufen. Darüber hinaus folgen wir unserer Empfehlung „Setze auf Transparenz und nimm deine Kund*innen auf die Nachhaltigkeitsreise mit“ und verpflichten uns, unsere Transparenz fortlaufend zu erhöhen – sowohl bei Zalando-Eigenmarken als auch zusammen mit unseren Partnermarken – durch unsere verpflichtende Nachhaltigkeitsbewertung.

Gab es in letzter Zeit Beispiele für ein Umdenken in Ihrer do.MORE-Strategie und was hat Sie dazu bewogen, den Kurs zu ändern?

2019 haben wir unsere do.MORE-Nachhaltigkeitsstrategie vorgestellt. Die Strategie orientiert sich an bereits bestehenden Verbesserungen, wie z.B. der Kennzeichnung nachhaltigerer Artikel im Fashion Store, und brachte Zalando mit Initiativen voran, die auf alle Bereiche des Unternehmens einzahlen. Dabei legen wir die Messlatte immer höher, um mit gutem Beispiel voranzugehen. So haben wir beispielsweise unser Ziel, bis 2023 20 % unseres Bruttowarenvolumens (GMV) mit nachhaltigeren Produkten zu erwirtschaften, auf 25 % angehoben. Gleichermaßen haben wir unsere Nachhaltigkeitsstandards erhöht, indem wir die Mindestanforderungen an die Produkte, die für unsere Nachhaltigkeitskennzeichnung infrage kommen, angehoben haben. Zudem möchten wir unsere ethischen Standards bis 2023 schrittweise erhöhen.

”
Nachhaltige Mode hat ein Imageproblem.



Kate Heiny

Director Sustainability, Zalando

Kate Heiny startete 2019 als Direktorin für das Thema „Nachhaltigkeit“ bei der Zalando SE. Zusammen mit ihrem Team ist sie die treibende Kraft, die Zalandos Corporate Sustainability Strategy zum Leben erweckt und Maßnahmen ableitet, um Zalando zu einer Mode-Plattform mit netto-positiver Auswirkung auf Mensch und Erde zu entwickeln. Vor ihrer Tätigkeit bei Zalando hielt Kate führende Positionen im Bereich Nachhaltigkeit bei der Target Corp. und C&A inne. Sie unterstützt außerdem die Sustainable Apparel Coalition, bei der sie sechs Jahre lang als Vorstandsmitglied tätig war.

Darüber hinaus stellen wir derzeit unsere Versandtaschen schrittweise von Plastik auf Papier um. Diese Umstellung ist eine Möglichkeit, auf unser Ziel hinzuarbeiten, bis 2023 auf Einwegplastik in Verpackungen zu verzichten.

Ihr Bericht plädiert für ein erhebliches Umdenken in der gesamten Branche. Welche der zehn Empfehlungen, die Sie aussprechen, ist am schwersten umzusetzen und was ist dafür nötig?

Einige der Empfehlungen, die wir geben, sind grundlegender und bieten Lösungen, die Unternehmen dabei helfen können, ihre Nachhaltigkeitsreise zu beginnen. Andere sind fortgeschrittener und für Unternehmen gedacht, die bereit sind, ihre bereits unternommenen Bemühungen zu verstärken.

Das Thema „Kreislaufwirtschaft“ stellt eine große Herausforderung dar, bietet aber gleichzeitig auch eine besondere Chance. Wenn wir die Lebensdauer von Kleidung verlängern, können wir die Emissionen erheblich reduzieren. Deshalb haben wir uns verpflichtet, bis 2023 die Grundsätze der Kreislaufwirtschaft anzuwenden und die Lebensdauer von mindestens 50 Millionen Modeprodukten zu verlängern, zum Beispiel durch unser „Pre-owned“-Angebot.

Die Kund*innen werden sich zunehmend auf Kreislaufdienstleistungen einlassen. Dafür müssen wir als Industrie die technischen Möglichkeiten bereitstellen und ihnen praktische Lösungen anbieten. Wir müssen die Kreislaufwirtschaft in den gesamten Produktlebenszyklus integrieren, in Secondhandkleidung investieren und unsere Kund*innen bei der Pflege und Reparatur ihrer Kleidung unterstützen.



CORINE BLESI

Geschäftsführerin NZZ Connect
und Swiss Economic Forum

... als Unternehmerin

Was ist Ihr wertvollstes Learning als CEO des Swiss Economic Forum?

Das Schweizer Unternehmertum bildet das Rückgrat der Schweizer Wirtschaft. Die Investition seines gesamten Vermögens in eine Idee und eine Vision finde ich außergewöhnlich und verdient höchsten Respekt.

Welchen Stellenwert wird die Nachhaltigkeit in Zukunft haben?

In der Forstwirtschaft gilt das Prinzip, nicht mehr Holz zu fällen, als jeweils nachwachsen kann. Mir gefällt dieses Bild. Wir sollten dieses Prinzip auch auf andere Ressourcen anwenden. Das Bewusstsein für nachhaltiges Wirtschaften hat stark zugenommen. Wichtig ist nun, entsprechend zu handeln. Gleichzeitig dürfen wir nicht in „Aktionitis“ und Fatalismus verfallen. Wir sind zwar nur Gast auf diesem Planeten, aber auch als Gast darf man es genießen.

Wenn ich ein Start-up gründen würde, dann wäre es...

Ich würde eine Olma-Bratwurst erfinden, die keine Kalorien hat.

... beim Anlegen

Was ist für Sie beim Anlegen wichtig?

Ich bin keine große Anlegerin. Lieber bringe ich mein Geld unter die Leute. Mein Großvater hat immer gesagt, dass man für Geld arbeiten müsse, damit man wirkliches Glück erfahren könne.

Was war Ihre bisher beste Investition?

Ein altes Boesch-Boot, mit dem man wunderbar Wasserski fahren und den Zürichsee entdecken kann.

Was würden Sie ändern, wenn Sie Königin der Finanzmärkte wären?

Ich würde die Gier abschaffen. Wir denken zu selten an das, was wir haben, aber immer an das, was uns fehlt.



... persönlich

Sind Sie für die Zukunft optimistisch oder pessimistisch?

Ich bin optimistisch, denn es ging uns noch nie so gut wie heute. „Pessimisten beherrschen die Schlagzeilen – Optimisten behalten Recht.“

Was denken Sie: Wie sieht die Welt in 50 Jahren aus?

Ich habe keine Ahnung und ich glaube, das Spannendste ist, dass dies niemand weiß.

Wie tanken Sie Energie?

Gutes Essen und tolle Gesellschaft. Die Welt entdecken und gleichzeitig die Heimat schätzen. Dankbar sein.

„PESSIMISTEN BEHERRSCHEN
DIE SCHLAGZEILEN –
OPTIMISTEN BEHALTEN
RECHT.“

Globalance wird 10 Jahre alt



Erinnern Sie sich noch? Weltweit saß die Finanzkrise von 2008 Finanzakteur*innen und ihren Kund*innen in den Knochen. Die Schweiz reagierte schockiert auf die Welle ausländischer Kritik am Bankgeheimnis (gedroht wurde mit der „Kavallerie“). Der Steuerstreit mit den USA steuerte seinem Höhepunkt zu. Die größte Krise, die den Finanzplatz Schweiz je erschütterte, bot uns eine unwiderstehliche unternehmerische Chance. Als Neugründung ohne Altlasten und mit einer klaren Vision für eine positive Zukunft steht Globalance wie keine andere Privatbank für den Paradigmenwechsel in der Vermögensverwaltung.

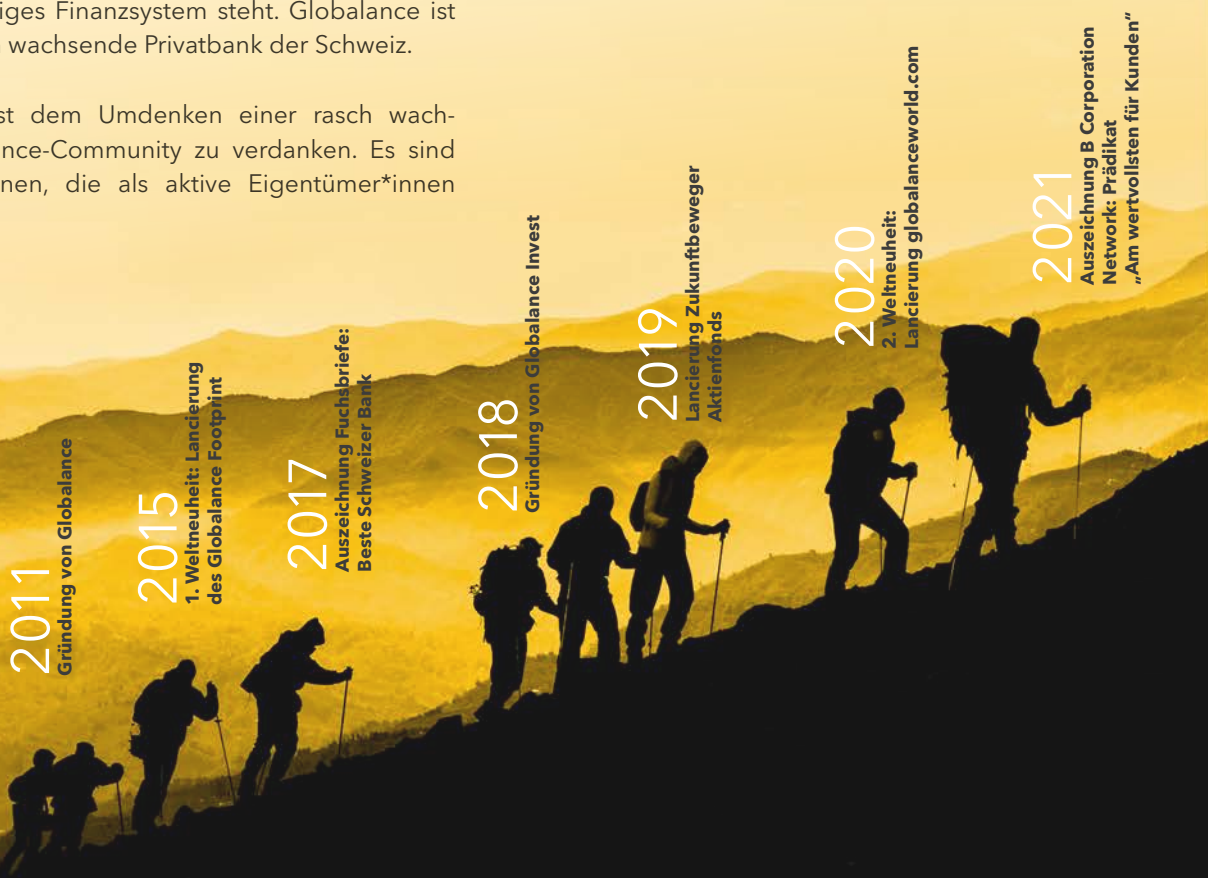
Seit jeher bilden die Prinzipien der Fairness im Geschäftsmodell und Zukunftsfähigkeit bei der Anlagestrategie das Fundament unseres Erfolgs. Heute erhalten wir aus der ganzen Welt Anerkennung und werden als eine der wenigen Banken respektiert, welche exemplarisch für ein nachhaltiges Finanzsystem steht. Globalance ist die am stärksten wachsende Privatbank der Schweiz.

Dieser Erfolg ist dem Umdenken einer rasch wachsenden Globalance-Community zu verdanken. Es sind unsere Kund*innen, die als aktive Eigentümer*innen

von Finanzvermögen das Heft in die Hand genommen haben und ihre Verantwortung gestaltend wahrnehmen. Die nächsten zehn Jahre werden noch schnellere und tiefer greifende Veränderungen bringen, gerade im Finanzsektor.

Wir arbeiten intensiv am Ausbau unserer skalierbaren digitalen Angebote. Erstens: Neuste Daten-Verfahren machen die Bewertung und das Reporting zur Wirkung von Finanzanlagen rasch zur Selbstverständlichkeit. Transparenz ist das wirkungsvollste Gegenmittel bei Greenwashing. Zweitens: Einfache Vergleichbarkeit und eine Auswahl der besten nachhaltigen Finanzanlagen werden bald nur noch einen Knopfdruck entfernt sein.

So werden auch unsere nächsten zehn Jahre von unserer Vision und unserer Innovationskraft geprägt werden.



IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN
Globalance Invest GmbH
Maximilianstraße 35c
D-80539 München
+49 89 287 00 99 00
info@globalance-invest.de
globalance-invest.de

REDAKTIONELLE MITARBEIT
Andreas Wullschlegler

LAYOUT UND GESTALTUNG
Daniel Rüthemann

DRUCK
AVD Goldach

Copyright © 2021
Globalance Bank AG
Alle Rechte vorbehalten

Um-orientieren



Disclaimer Diese Publikation ist eine Kapitalmarktinformation im Sinne des Wertpapierhandelsgesetzes und richtet sich insoweit nicht an Personen, die aufgrund ihres Wohn- bzw. Geschäftssitzes einer ausländischen Rechtsordnung unterliegen, die für die Verbreitung derartiger Informationen Beschränkungen vorsieht. Alle Angaben dienen ausdrücklich nur der allgemeinen Information und stellen keine Empfehlung zum Erwerb, Halten oder Verkauf von Finanzinstrumenten oder Wertpapierdienstleistungen dar. Eine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit, Zuverlässigkeit und Aktualität der Angaben kann nicht übernommen werden. Dieses Dokument darf weder ganz noch teilweise ohne die schriftliche Genehmigung der Autoren bzw. der Globalance Invest GmbH verwendet werden. Hinweis: Sollte der Leser den Inhalt dieses Dokument zum Anlass für eine eigene Anlageentscheidung nehmen wollen, wird ihm zuvor in jedem Fall noch ein eingehendes Beratungsgespräch mit seinem Anlageberater empfohlen. Denn bevor ein Anlageberater Empfehlungen zu Finanzinstrumenten oder Wertpapierdienstleistungen aussprechen kann, ist er gesetzlich zur Durchführung einer sogenannten Geeignetheitsprüfung verpflichtet, um die Übereinstimmung mit den mitgeteilten Anlagezielen, der geäußerten Risikobereitschaft sowie den finanziellen Verhältnissen des Lesers sicherzustellen.