



NACHHALTIG INVESTIEREN



NAHRUNGS-
MITTEL-
PRODUKTION

SEITE 04

PFLANZENBASIERTE
UND ALTERNATIVE
PROTEINE

SEITE 10

DISKUSSION: WIE NACHHALTIG
IST DIE LEBENSMITTELINDUSTRIE?

SEITE 12

INHALT

IMPRESSUM

Medieninhaber: Zentrale Raiffeisen Werbung
1030 Wien, Am Stadtpark
Herausgeber, erstellt von: Raiffeisen Kapitalanlage GmbH
Mooslackengasse 12, 1190 Wien
Für den Inhalt verantwortlich: Raiffeisen Kapitalanlage GmbH
Mooslackengasse 12, 1190 Wien
Hersteller: Druckerei Odysseus-Stavros Vrachoritis Ges.m.b.H.,
2325 Himberg
Verlagsort: Wien
Herstellungsort: Himberg

www.investment-zukunft.at
www.rcm.at/nachhaltigkeit
Newsletter-Registrierung unter newsletter.rcm.at

Grundlegende inhaltliche Richtung: Informationen zu den Themenbereichen Investmentfonds, Wertpapiere, Kapitalmärkte und Veranlagung; zusätzliche Angaben nach dem österreichischen Medien-gesetz entnehmen Sie bitte dem Impressum auf www.rcm.at.

Projektkoordination: Mag.^a Irene Fragner, Mag.^a Sabine Macha
Autoren: Mag.^a Pia Oberhauser, Herbert Perus, Mag. Wolfgang Pinner, Lydia Reich, MBA CPM, Matthias Zwiefelhofer
Fotos: iStockphoto (S. 06, S. 09, S. 14, S. 22, S. 24, S. 26), JoBersier, Luiza-Lucia, PKI, Roland Rudolph (S. 12, S. 14), Raiffeisen KAG (S. 03, S. 05, S. 11, S. 12, S. 14, S. 20, S. 27, S. 28, S. 29)
Grafik-Design: [WORX] Multimedia Consulting GmbH
Lektorat: Mag. Josef Weilguni

Redaktionsschluss: 20. September 2022

Das ist eine Marketingmitteilung der Raiffeisen Kapitalanlage GmbH.

Raiffeisen Capital Management ist die Dachmarke der Unternehmen:
Raiffeisen Kapitalanlage GmbH
Raiffeisen Immobilien Kapitalanlage GmbH
Raiffeisen Salzburg Invest GmbH

Rechtlicher Hinweis

Veranlagungen in Fonds sind mit höheren Risiken verbunden, bis hin zu Kapitalverlusten. Die vorliegende Information wurde erstellt und gestaltet von der Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft m. b. H., Wien, Österreich („Raiffeisen Capital Management“ bzw. „Raiffeisen KAG“). Die darin enthaltenen Angaben dienen, trotz sorgfältiger Recherchen, lediglich der unverbindlichen Information, basieren auf dem Wissensstand der mit der Erstellung betrauten Personen zum Zeitpunkt der Ausarbeitung und können jederzeit von der Raiffeisen KAG ohne weitere Benachrichtigung geändert werden. Jegliche Haftung der Raiffeisen KAG im Zusammenhang mit dieser Unterlage, insbesondere betreffend Aktualität, Richtigkeit oder Vollständigkeit, ist ausgeschlossen. Ebenso stellen allfällige Prognosen bzw. Simulationen einer früheren Wertentwicklung in dieser Information keinen verlässlichen Indikator für künftige Wertentwicklungen dar.

Die Inhalte dieser Unterlage stellen weder ein Angebot, eine Kauf- oder Verkaufsempfehlung noch eine Anlageanalyse dar. Sie dienen insbesondere nicht dazu, eine individuelle Anlage- oder sonstige Beratung zu ersetzen. Sollten Sie Interesse an einem konkreten Produkt haben, stehen wir Ihnen gerne neben Ihrem Bankbetreuer zur Verfügung, Ihnen vor einem allfälligen Erwerb den Prospekt bzw. die Informationen für Anleger gemäß § 21 AIFMG zur Information zu übermitteln. Jede konkrete Veranlagung sollte erst nach einem Beratungsgespräch und der Besprechung bzw. Durchsicht des Prospektes bzw. der Informationen für Anleger gemäß § 21 AIFMG erfolgen.

Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Wertpapiergeschäfte zum Teil hohe Risiken in sich bergen und die steuerliche Behandlung von den persönlichen Verhältnissen abhängt und künftigen Änderungen unterworfen sein kann. Die Vervielfältigung von Informationen oder Daten, insbesondere die Verwendung von Texten, Textteilen oder Bildmaterial aus dieser Unterlage, bedarf der vorherigen Zustimmung der Raiffeisen Kapitalanlage GmbH.

03	EDITORIAL
04	LEITARTIKEL
04	NAHRUNGSMITTEL-PRODUKTION
10	SPEZIAL
10	PFLANZENBASIERTE UND ALTERNATIVE PROTEINE
12	RESEARCH
12	DISKUSSION: WIE NACHHALTIG IST DIE LEBENSMITTELINDUSTRIE?
18	INFO BOX: SDG 2
20	UNTERNEHMENSSTIMMEN ZUM THEMA WELTERNÄHRUNG
24	UNTERNEHMEN IM FOKUS
28	RAIFFEISEN-FONDS-WALD
30	RAIFFEISEN-ESG-INDIKATOR



EDITORIAL



Mag. (FH) Dieter Aigner
Geschäftsführer der Raiffeisen KAG,
zuständig für Fondsmanagement
und Nachhaltigkeit

*Liebe Leserinnen
und Leser,*

Essen zählt zu den zentralsten Themen unseres Lebens. Um die Welt zu ernähren, braucht es jährlich Milliarden Tonnen von Lebensmitteln und neben enormen landwirtschaftlichen Flächen auch einen immensen logistischen Aufwand, diese Lebensmittel zu produzieren und zu den Endverbraucherinnen und -verbrauchern zu transportieren. Kein Wunder also, dass das Ernährungssystem enorme Auswirkungen auf Umwelt, Gesundheit und Gesellschaft hat. Von der Produktion bis zum Konsum ist dieses System für ein Drittel der globalen Treibhausgase verantwortlich. 40 % der eisfreien Landflächen werden für die Agrarwirtschaft genutzt. Die Lebensmittelindustrie hat darüber hinaus den größten Frischwasserverbrauch, wobei ein Großteil auf die Tierhaltung und den Fleischkonsum zurückgeht. Ländrodung und der Verlust von Biodiversität sind die logischen Folgen dieser schier endlosen Nachfrage an Nahrung.*

Um dieser so schädlichen Entwicklung entgegenzuwirken, sind Politik, Wissenschaft und Industrie gefordert, innovative Konzepte zu entwickeln. Dies passiert bereits: Kultiviertes Fleisch, Aquaponik oder die Nutzung von Insekten als Proteinlieferanten sind nur einige Lösungsansätze, mit denen die Lebensmittelindustrie auf die immer größer werdende Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten nach nachhaltig(er)en Produkten reagiert. Dennoch sind das vorerst nur Tropfen auf den heißen Stein. Was es bräuchte, wäre ein noch stärkerer Dialog zwischen den einzelnen Stakeholdern, den Produzenten, der Wissenschaft, der Industrie und der Politik, und das möglichst global und abgestimmt.

Auch für uns Investoren ist die Lebensmittelbranche ein interessanter Markt, der neben den klassischen und alternativen Erzeugnissen auch den Bereich Smart

Farming umfasst. Auf der Suche nach Anlagemöglichkeiten, die im Wert steigen, bieten innovative Produktideen und ein wachsendes Umfeld gute Möglichkeiten. Wir achten allerdings streng darauf, dass die Investments unserer integrativen Nachhaltigkeitsstrategie entsprechen und nach ESG-Kriterien investierbar sind. Ist das nicht der Fall, kommen diese Unternehmen für uns nicht in Frage. Das kommunizieren wir auch im Rahmen unserer umfassenden Unternehmensdialoge. Frei nach dem Motto: „Only what gets measured gets done“, erfassen wir in unserer Engagement-Datenbank seit vielen Jahren alle unsere Gespräche mit den Unternehmen und können so evaluieren, was das gebracht hat. Je mehr Investoren Änderungen einfordern, desto erfolgreicher sind diese Engagement-Prozesse. Dranbleiben ist wichtig, denn am Ende profitieren wir alle von einem nachhaltigeren Lebensmittelsystem.

* Mehr dazu von Franziska Gaupp in unserer Round-Table-Diskussion.

2 KEIN HUNGER



NAHRUNGSMITTEL-PRODUKTION



Mehr über das nachhaltige Entwicklungsziel SDG 2 auf den Seiten 18–19

Die Aspekte der Welternährung sind vielfältig, die Sicherung einer nachhaltigen Lebensmittelversorgung muss diverse konkurrierende Bedürfnisse berücksichtigen.

Angebotsseitig sind Landwirtschaft und Meereswirtschaft die Träger der Nahrungsmittelproduktion. Auf Seiten der Landwirtschaft sind wesentliche Faktoren für einen entsprechenden Ernteerfolg neben dem Land selbst Wasser, Saatgut, Dünge- und Futtermittel, Kapital sowie das entsprechende Know-how. Nach der Ernte sind sachgerechte Lagerung, Transport und Verarbeitung von Bedeutung. Schließlich müssen Groß- und Einzelhändler, Im- und

Exporteure sowie lokale und internationale Märkte die Lebensmittel zu den Konsumenten selbst bringen. Bei der Meereswirtschaft geht es um ein Vermeiden des Leerfischens speziell der Ozeane, also den Bestandserhalt, im Zusammenhang mit einer schonenden Fischerei und einer guten Wasserqualität. Laut Welternährungsorganisation FAO stagnieren die Fischereierträge in den Meeren seit 1990 und sind mittlerweile sogar rückläufig. »

Grafik: Aspekte der Welternährung

Produktion			Konsum
Landwirtschaft	Meereswirtschaft	Betriebsmittel + Know-how	Lagerung
Saatgutvielfalt Bodenqualität Wasserversorgung	Bestandserhalt schonende Fischerei Wasserqualität	Präzisionslandwirtschaft (z. B. Düngemittel) vollständige Verwertung Zugang zu Betriebsmitteln, Bewässerungsanlagen	Lieferwege
Lebensmittelversorgung vs. Effizienz durch Handel Verbesserung Ressourceneinsatz / Kalorien → weniger Fleisch, Insekten usw.			Zugang zu Läden
Bedrohung: Klimawandel			Gesicherter Lebensunterhalt
Gerechte Preise			

Quelle: Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft m.b.H. 2022



Mag. Wolfgang Pinner
Leiter Corporate Responsibility
bei der Raiffeisen KAG

Zur Optimierung des Ernteerfolgs tragen entsprechende produktionssteigernde Maßnahmen wie der Einsatz von Düngemitteln und Bewässerungssysteme bei. Neben Betriebsmitteln sind auch neue Technologien und generelles Know-how gefragt.

UNTERERNÄHRUNG UND FEHLERNÄHRUNG

Nachfrageseitig wird ein Anstieg der Weltbevölkerung von aktuell mehr als 7,9 Milliarden auf knapp 10 Milliarden Menschen bis 2050 erwartet. Die Einkommen in den Entwicklungsländern verbessern sich und die Zahl derer, die zur Mittelschicht aufschließen und dabei ihr Ernährungsverhalten ändern, geht in die Milliarden. Das World Resources Institute (2019) geht daher davon aus, dass die Nachfrage nach Nahrungsmitteln zwischen 2010 und 2050 um mehr als 50 % steigen könnte. Die erwartete Steigerungsrate bei tierischen Erzeugnissen liegt sogar bei knapp 70 %.

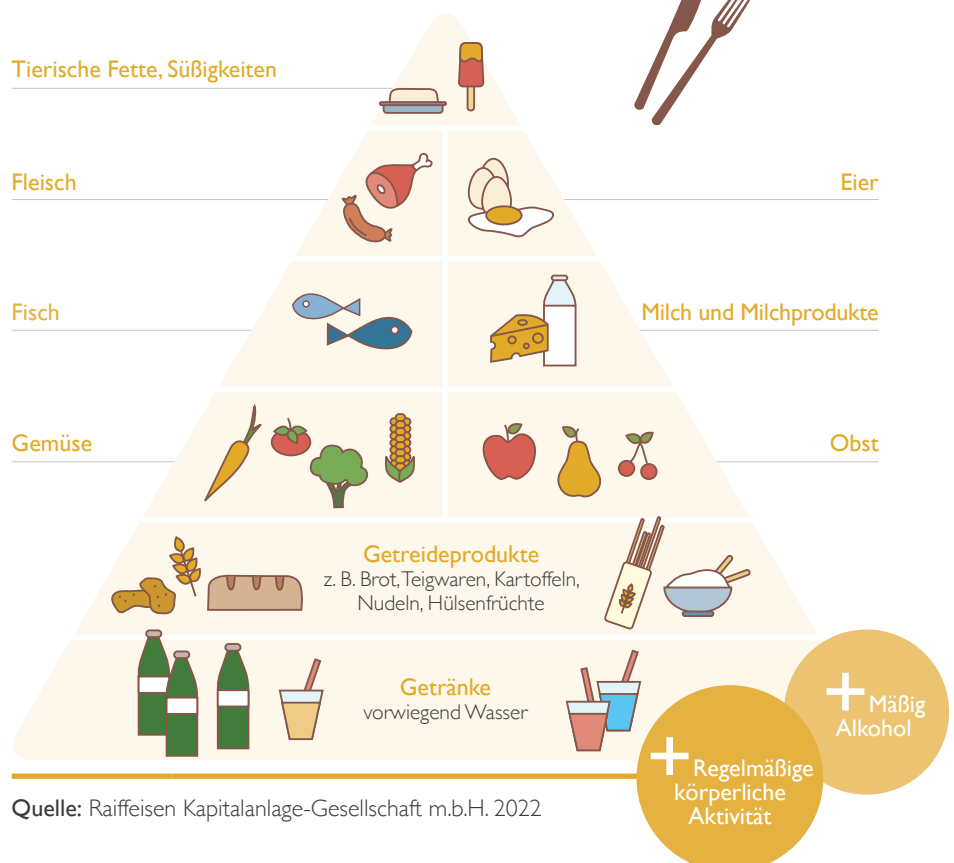
Mehrere hundert Millionen Menschen sind weiterhin von Unterernährung betroffen. Hintergrund sind die zu geringe Produktion der lokalen Agrarsysteme und die aktuellen Verteilungsstrukturen der verfügbaren Lebensmittel weltweit. Zu den kritischen Faktoren zählen hierbei Lagerung und Infrastruktur.

Im Gegensatz dazu liegt die Anzahl übergewichtiger Menschen bei fast zwei Milliarden. Nachdem der Fokus der Weltgesundheitsorganisation WHO jahrelang auf Unter- und

Mangelernährung lag, schlägt das Pendel jetzt in die andere Richtung aus. In der Vergangenheit war die Diskussion von Ernährungsproblemen fast immer gleichbedeutend mit dem Kampf gegen den Hunger. Mittlerweile hat sich Überernährung aber als fast gleichwertiges globales Problem neben die Unterernährung gesellt. 2016 hat der Anteil der fettleibigen Bevölkerung unter den Erwachsenen gemäß OECD Health Policy Studies in den OECD-Ländern bereits einen Anteil von 24 % erreicht.

Dabei spielt neben der Lebensmittelqualität die Zusammensetzung der Ernährung eine wesentliche Rolle. Die sogenannte Ernährungspyramide gibt Auskunft über die Art und Menge der Nahrungsmittel und Getränke, die aus ernährungswissenschaftlicher Sicht verzehrt werden sollten. Sie funktioniert nach dem Bausteinprinzip. Durch die, vergleichsweise geringe, Bedeutung von Fleisch- und Fischkonsum bringt eine gesunde Ernährung analog der Pyramide auch positive Ressourceneffekte mit sich. »

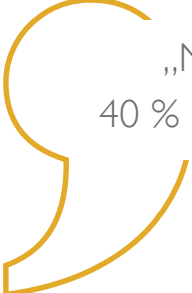
Grafik: Ernährungspyramide



Quelle: Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft m.b.H. 2022



NAHRUNGS- MITTEL- PRODUKTION



„Nach Schätzungen des WWF werden etwa 40 % der weltweit produzierten Nahrungsmittel nie gegessen.“

ERNÄHRUNGSSICHERHEIT

Laut Definition der Welternährungsorganisation FAO gibt es vier Dimensionen für Ernährungssicherung. Die Dimension „Verfügbarkeit“ bedeutet, dass genug Lebensmittel dort verfügbar sind, wo sie benötigt werden. Was den Punkt „Zugang“ betrifft, geht es um die Frage, ob Menschen einen gesicherten Zugang zu Lebensmitteln haben, sie also hinreichend Nahrung anbauen oder kaufen können. Die Dimension „Nutzung“ hat zum Inhalt, dass Lebensmittel angemessen und bedarfsgerecht verwendet und verwertet werden können. Die „Dauerhaftigkeit“ beschreibt eine langfristig stabile Versorgung mit Lebensmitteln, auch im Fall etwaiger regionaler Missernten.

Theoretisch werden aktuell ausreichend Nahrungsmittel produziert, aber Lebensmittelverluste und Ungerechtigkeit bei Produktion, Verteilung und Verbrauch führen trotzdem zu Engpässen. Nach Schätzungen des WWF werden etwa 40 % der weltweit produzierten Nahrungsmittel nie gegessen. Vor, bei und nach der Ernte gehen gemäß der WWF-Studie „Driven to Waste“ aus dem Jahr 2021 jedes Jahr geschätzte 1,2 Milliarden Tonnen an genießbaren Nahrungsmitteln verloren. Dazu kommen Verluste von rund 930 Millionen Tonnen (FAO, 2021) entlang der Lieferkette und schließ-

lich etwa rund 400 Millionen im Bereich des Konsums selbst. Insgesamt summieren sich ca. 2,5 Milliarden Tonnen an Lebensmittelabfällen, die ursprünglich zum Verzehr gedacht waren. Nach Schätzungen des WWF wird in Österreich rund ein Fünftel des CO₂-Fußabdrucks durch die Produktion und den Konsum von Nahrungsmitteln verursacht. Anbau, Ernte, Transport, Lagerung und Verarbeitung von Nahrungsmitteln sind Ressourcen- und Energie-intensiv. In Österreich landet rund ein Drittel der Nahrungsmittel im Müll.

Das Schließen der tatsächlich vorhandenen Lücke in der Nahrungsmittelproduktion wäre durch eine Erweiterung landwirtschaftlicher Nutzflächen möglich, würde die Ökosysteme aber weiter schädigen und den Biodiversitätsverlust beschleunigen. Eine Ausweitung der landwirtschaftlichen Produktion hätte auch potenziell negative Auswirkungen auf den Klimawandel. Schon heute liegt der Anteil der Landwirtschaft an den globalen CO₂-Emissionen bei 25 % (International Institute for Applied Systems Analysis IIASA, 2020). Jedes Wachstum der Lebensmittelproduktion hat negative Effekte auf den Klimawandel, zudem wirken sich klimatische Veränderungen nachteilig auf die Ernteerträge aus.

Zur Deckung des prognostizierten Anstieges der Nahrungsmittelnachfrage ist eine Kombination aus erhöhter Produktion, bei möglichst gleichbleibender Landfläche, und nachhaltigem Lebensmittelverbrauch not-

wendig. Gemäß dem deutschen Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft gehen derzeit weltweit jedes Jahr etwa zwölf Millionen Hektar an Agrarfläche verloren, vor dem Hintergrund von Überweidung, ungeeigneten Anbaumethoden, Erosion oder durch Straßen- und Städtebau. Im Fall der ungebremsen Fortsetzung dieses Trends könnten die weltweiten Ernten in den nächsten 25 Jahren um bis zu zwölf Prozent geringer ausfallen.

GENTECHNIK

Eine viel diskutierte Möglichkeit zur Steigerung der Ernteerträge ist die sogenannte Grüne Gentechnik, bei der Gen-modifiziertes Saatgut höheren Ertrag ermöglichen soll. Bereits im Jahr 2018 wurden auf rund 14 % der weltweiten Landwirtschaftsfläche gentechnisch veränderte Nutzpflanzen angebaut. Der Schwerpunkt liegt dabei auf solchen Pflanzen, die aufgrund von gentechnischen Veränderungen tolerant gegenüber Pflanzenschutzmitteln oder giftig für bestimmte Schadinsekten sind. Derzeit stehen vor allem Soja, aber auch Mais, Baumwolle und Raps im Mittelpunkt des gentechnisch modifizierten Saatguts. Bei Soja liegt der Anteil der gentechnisch veränderten Produktion derzeit bei etwa zwei Dritteln der Gesamtproduktion, im Fall von Mais bei einem Drittel.

Die mit gentechnisch veränderten Pflanzen verbundenen Umweltrisiken sind zum einen, dass durch den Anbau weite Teile »

NAHRUNGS- MITTEL- PRODUKTION

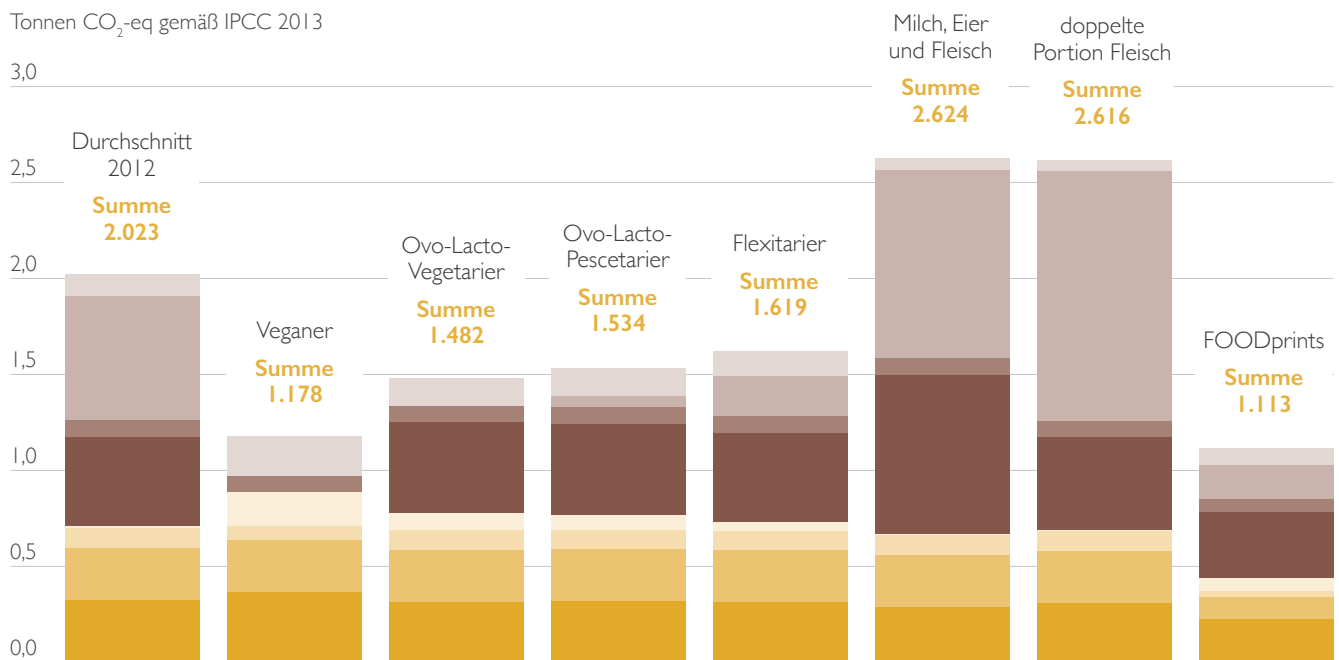


der Umwelt beeinflusst werden, wobei die Auswirkungen kaum abschätzbar sind. Die „Kontamination“ von einem Acker mit genmanipulierten Pflanzen durch Pollenflug auf einen konventionellen benachbarten Acker ist praktisch nicht zu vermeiden. Zum anderen ist eine Beeinflussung der Insektenwelt durch solche Pflanzen sicherlich gegeben, neben den Zielinsekten können auch weitere Organismen durch gentechnisch erzeugte Toxine geschädigt werden. Außerdem zählen mögliche allergische Reaktionen durch den Gentransfer zwischen Organismen zu den Hauptsorgen der Kritiker der Grünen Gentechnologie.

Ein nachhaltigerer Lebensmittelkonsum könnte die Produktionsseite entlasten, was sich wiederum positiv auf die Klimaentwicklung auswirken würde. Der weltweit steigende Fleischkonsum belastet Ressourcen und Klima. Eine vegetarische Ernährungsweise beansprucht weniger Land-, Energie- und Wasserressourcen als die fleischbasierte. Außerdem emittiert die Viehhaltung deutlich mehr Treibhausgase als die Pflanzenproduktion. Wegen der niedrigen Futterkonversionsraten der Tierproduktion ist davon auszugehen, dass eine vegetarische Ernährungsweise die weltweite Ernährungssituation signifikant verbessern könnte. »

- Gemüse & Früchte
- Fleisch & Fisch
- Getreideprodukte
- Tierische Produkte
- Pflanzliche Eiweiße
- Fette & Öle
- Getränke
- Transport, Vertrieb, Verpackung

Grafik: Einfluss des Ernährungsstils



Quelle: ESU-services 2015

Extensive Tierhaltung führt zu Entwaldung, weiters tragen Verdauungsprodukte wie Mist oder Methan bei Wiederkäuern zur globalen Erwärmung bei. Die Menge der Treibhausgasemissionen könnte unter Annahme eines kompletten globalen Fleischverzichts massiv reduziert werden. Ein Rind stößt in einem Jahr genauso viele Treibhausgase aus wie ein PKW – bei 18.000 gefahrenen Kilometern.

Zusammenfassend lässt sich die Versorgung mit Nahrungsmitteln und die Vermeidung von Versorgungsengpässen über Maßnahmen auf der Angebots- und der Nachfrageseite erreichen.

Das Ziel der weiteren Erhöhung der Produktivität der Nahrungsmittelproduktion erscheint mittlerweile unerreichbar. Ausgelaugte Böden, zunehmende Trockenheit in vielen landwirtschaftlichen Gebieten und geringere Erträge von biologischem Landbau setzen der Produktivität Limite. Auch sind Tierwohlstandards in der Viehzucht zunehmend ein Thema, in diesem Zusammenhang könnte auch der Wechsel zu einer nachhaltigeren Produktion, etwa von Fleischersatz und kultiviertem Fleisch, positive Aspekte bieten.

Nachfrageseitig ist eine Verringerung des Lebensmittelbedarfs durch Vermeidung von Lebensmittelabfall und -verlusten in der Produktionskette, wie durch bessere Lagerungsverfahren, anzustreben. Der zumindest teilweise Fleischverzicht würde die vorhandenen landwirtschaftlichen Ressourcen schonen.



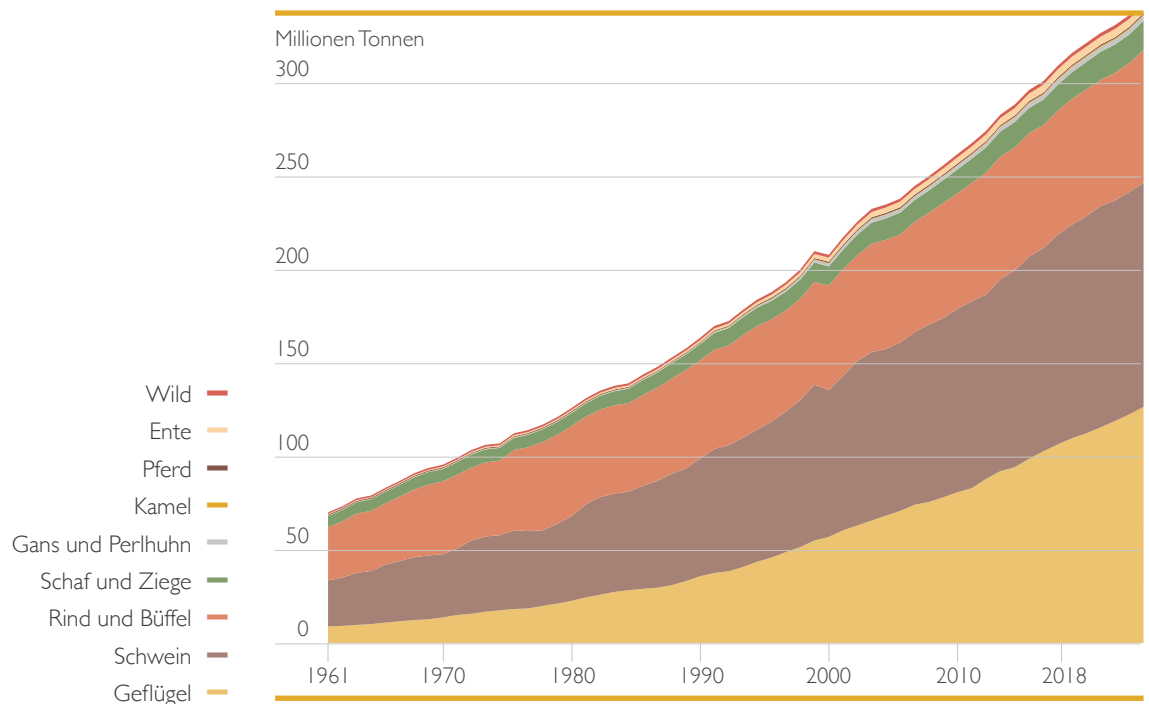
PFLANZENBASIERTE PROTEINE

Essen betrifft uns alle und neue Entwicklungen werden hier besonders emotional und heftig diskutiert. Darüber hinaus stiftet Essen Genuss und Gemeinschaft und ist Teil unserer Kultur und Ausdruck unseres Lebensstils. Die steigende Weltbevölkerung, der Verlust von Ackerflächen und der Klimawandel stellen die Nahrungsmittelversorgung vor echte Herausforderungen.

Laut einem Bericht der Vereinten Nationen soll die derzeitige Weltbevölkerung von 7,9 Milliarden Menschen bis auf 11,2 Milliarden im Jahr 2100 anwachsen. Ein Drittel der Treibhausgase ist auf das derzeitige Ernährungssystem zurückzuführen. Heruntergebrochen auf den Fleischkonsum zeigt sich, dass nur 9 % unserer ge-

samten Ernährung durch Fleisch gedeckt werden, jedoch 43 % der ernährungsbedingten Treibhausgas-Emissionen dem Fleischkonsum zuordenbar sind. Die Fleischproduktion steigt seit 1961 rasant an. Das zeigt, dass der Kampf für eine bessere Zukunft unter anderem auf unseren Tellern entschieden wird. »

Grafik: Globale Fleischproduktion von 1961 bis 2018



Quelle: UN Food and Agriculture Organization (FAO)/OurWorldInData.org/meat-production

UND ALTERNATIVE



Lydia Reich, MBA CPM
Senior Fondsmanagerin
bei der Raiffeisen KAG

DAS NEUE FLEISCH?

Von pflanzlichem, kultiviertem Fleisch über durch Fermentation gewonnene Proteine bis hin zu neueren Zutaten, wie Mikroalgen oder Insekten, werden in der Lebensmittelindustrie neue Wege beschritten, um die Entwicklung von nachhaltigen, alternativen Proteinlösungen zu Fleisch voranzutreiben. Manche der pflanzenbasierten Proteinquellen werden schon seit Jahrhunderten konsumiert, wie z. B. Seitan (Weizenprotein), Tempeh (fermentierte Sojabohnen), Tofu und Jackfruit.

Bei den rein pflanzlich basierten Eiweißquellen wird aus Getreide, Gemüse oder Hülsenfrüchten das Protein isoliert und verändert, sodass sie Muskelsträngen ähneln. Pflanzlich gewonnenes Hämoprotein sorgt unter anderem – ähnlich wie der Blutfarbstoff Hämoglobin – bei den Fleischersatzprodukten nicht nur für das blutige Aussehen, sondern gibt auch einen fleischigen Geschmack. Bei den pflanzlichen Proteinquellen dominiert Soja den Markt, trotz wachsender Skepsis in Bezug auf Allergien, östrogene Wirkungen und gentechnisch veränderte Pflanzen. Weitere Herausforderungen sind die starke Verarbeitung dieser Produkte in Kombination mit dem Gebrauch von zahlreichen Zusatzstoffen. Aus Nachhaltigkeitssicht ergeben sich gegenüber der herkömmlichen Fleischproduktion unter anderem Vorteile wie geringere Treibhausgasemissionen sowie verminderter Wasser- und Flächenverbrauch.

Eine weitere Entwicklung, in der finanzielles, ökologisches und gesundheitliches Zukunftspotenzial liegt, ist kultiviertes Fleisch.

Unter kultiviertem Fleisch, auch unter den Synonymen In-vitro-Fleisch oder Clean Meat bekannt, versteht man im Labor gezüchtetes Fleisch. Hierzu werden aus Muskelgewebe oder Embryonen Stammzellen entnommen, expandiert und dann in Muskelzellen differenziert. Diese Zellen werden in einem Bioreaktor weitergezüchtet und später auf eine Matrix übertragen, um sie dann zu Muskelfasern und größerem Gewebe wachsen zu lassen. Kritische Komponenten, die sich bei diesem Prozess herausarbeiten lassen, sind zum Beispiel die Nährlösung und das Trägergerüst, bei denen auf tierische Inhaltsstoffe zurückgegriffen wird. Das widerspricht der Vorstellung vieler Konsumentinnen und Konsumenten von einer Produktion ohne Tierleid. Für die kritischen Teilprozesse forscht die Wissenschaft derzeit an Alternativen.

DER WEG IN DIE ZUKUNFT?

Eine Studie der internationalen Unternehmensberatung Kearney zur Zukunft des Fleischmarktes prognostiziert, dass bis zum Jahre 2040 bereits 60 % des globalen Fleischkonsums durch alternative Proteinquellen abgedeckt werden. Auch im Rahmen des Green Deals und der Farm-to-Fork-Strategie der Europäischen Kommission stellt die Erschließung alternativer Proteinquellen einen zentralen Forschungsschwerpunkt dar, der die Nachfrage der Bevölkerung, sich ge-

sünder zu ernähren und gleichzeitig die Umwelt weniger zu belasten, adressiert.

Eines ist sicher: Es zeichnet sich ein klarer Trend hin zu gesunder und nachhaltiger Proteinernährung ab. Diese Entwicklung transformiert die Lebensmittelproduktion und der Weg zu einem veränderten Konsumverhalten hin zu alternativen Proteinlösungen ist von Geschmacks-, Preis- und Akzeptanzhürden geprägt.



Moderation durch
Mag. (FH) Dieter Aigner,
Geschäftsführer der
Raiffeisen KAG

Dr.ⁱⁿ Franziska Gaupp
Ernährungssystemexpertin,
Potsdam-Institut für Klimafolgen-
forschung (PIK), Berlin



Mag.^a Hanni Rützler
Foodtrend-Forscherin, Gründerin und
Leiterin des futurefoodstudios, Wien



PhD Matthew Robin
CEO, ELSA-Mifroma Group at
Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich



Mag. Günther Schmitt
Leiter Aktien Entwickelte Märkte
Raiffeisen KAG, Wien



Virtuelle Round-Table- Diskussion über Foodtrends als Chance für eine nachhaltige Entwicklung.

Frau Rützler, Sie haben unlängst den zehnten „Foodreport“ herausgebracht und beschäftigen sich seit Jahrzehnten mit dem Thema Ernährung und Lebensmittelproduktion. Was sind aus Ihrer Sicht die entscheidendsten Entwicklungen in diesem Sektor seit der ersten Ausgabe? Was hat sich verändert?

Hanni Rützler: Was ins Auge sticht, ist, dass sich in den letzten Jahrzehnten ein hochgradig industriell arbeitsteiliges Food-System entwickelt hat. Ein System, das einerseits hochgradig effizient und gleichzeitig extrem zerbrechlich ist – hochgradig produktiv, gleichzeitig sehr brüchig, extrem fantasielos und fokussiert und gleichzeitig hochgradig innovativ. Es kommt sehr stark darauf an, wie man auf dieses System schaut.

Und wie schauen Sie auf dieses System?

Hanni Rützler: Als Trendforscherin, die Antworten auf aktuelle Probleme, Wünsche und Sehnsüchte sucht, schaue ich in erster Linie auf Lösungen. Das heißt nicht, dass ich die Probleme übergehe, aber ich suche nach Lösungsansätzen. Und auch hier haben wir an Tempo zugelegt – es geht um Nachhaltigkeit, Gesundheit, Resilienz bzw. um die Zukunftsfähigkeit des weltweiten Ernährungssystems. Da bewegt sich viel, wobei aktuell das Thema Fleisch, als Belastungsfaktor für die Umwelt und Gesundheit, im Zentrum steht. Früher gab es im alpinen Raum noch viel mehr Regionen, in denen Getreide angebaut wurde. Heute liegt der Fokus fast ausschließlich auf Viehwirtschaft. Die

Vielfalt an pflanzlichen Lebensmitteln kommt traditionell zu kurz. Wir brauchen einen stärkeren Fokus auf pflanzliche Alternativen, auch weil wir sehen, dass viele Bauern mit der aktuellen landwirtschaftlichen Ausrichtung kaum überleben können. Wir haben Überproduktion auf der einen Seite und Food Waste und Mangel auf der anderen.

Es haben sich ja auch die Essgewohnheiten stark verändert. Jeden Tag Fleisch, das war früher undenkbar.

Hanni Rützler: Ja, möglich wurde dies durch die Industrialisierung der Landwirtschaft, neue Zuchtmethoden, den Import von Futtermitteln und den vorrangigen Fokus auf Effizienz. Langsam werden wir uns der Schattenseiten dieser einseitigen Ausrichtung bewusst: Die Folgen sind Klimawandel und der Verlust der weltweiten Artenvielfalt. Aktuell nutzen wir nur fünf Tierarten und zwölf Pflanzenarten, um die Welt zu ernähren. Das ist eine Fokussierung, die unser ganzes System extrem angreifbar macht. Das ist weder nachhaltig noch resilient, das System zeigt inzwischen viele Bruchstellen. Wir müssen lernen, weniger auf den kurzfristigen Ertrag zu schauen und systemischer an das Thema heranzugehen. Es braucht alle Akteure: die Landwirtschaft, die Verarbeitung, den Handel, die Konsumentinnen und Konsumenten, um an Themen wie Bodenqualität, Saatgut, Food Waste, Transparenz, alternative Fleischprodukte etc. erfolgreich zu arbeiten. »

WIE NACHHALTIG IST DIE LEBENSMITTELINDUSTRIE?

Welche wichtigen Trends lassen sich bei der Esskultur erkennen?

Hanni Rützler: In meiner Arbeit als Foodtrend-Forscherin sehe ich sieben verschiedene thematische Cluster, mit deren Hilfe sich der Wandel beschreiben lässt. In den Clustern Nachhaltigkeit und Glokal – eine Wortfusion aus global und lokal – tut sich besonders viel. Aktuell zeigen sich viele kleine Trends, was immer ein Zeichen dafür ist, dass es viel Suchbewegung gibt, aber der große Wurf noch auf sich warten lässt. Aktuell werden Fragen zu Regionalität und Globalisierung ganz neu gestellt. Wo macht Globalisierung Sinn, wo nicht? In diesem Zusammenhang habe ich letztes Jahr einen Trend beschrieben, der sich Local Exotics nennt. Dieser Trend geht von innovativen Bäuerinnen und Bauern aus, die sich auf die Suche nach neuen Ausgangsprodukten machen, die bei uns keine Tradition, aber – angeschoben durch Klimawandel, Dürre und Starkregen – ein großes Zukunftspotenzial haben. Ein sehr spannender Trend, der noch am Beginn steht, aber sich jetzt sehr rasant entwickelt. Das geht von Ingwer, Wasabi, Artischocken, Erdnüssen etc. bis hin zu Indoor-Garnelen und Aquaponik, was derzeit in der Schweiz sehr stark ausgebaut wird.

Herr Robin, Sie vertreten einen Lebensmittelkonzern. Bewegen wir uns nicht in die falsche Richtung, wenn wir Alternativen zu Konsumgütern überlegen, von denen wir ja eigentlich

zu viel essen? Brauchen wir jeden Tag diese Mengen an Fleisch? Oder in Zukunft vielleicht Fleischersatz ...

Matthew Robin: Ich denke, dass ein Schritt zurück zu einer einfacheren Kost, ja vielleicht sogar weniger Auswahl der bessere wäre. Wir haben in der Schweiz viel weniger Markenauswahl als in Deutschland oder in Österreich. Ich persönlich finde das gut. Es ist einfacher, wenn man nicht aus einer Unzahl an Marken wählen muss, die sich kaum voneinander unterscheiden. Was die von Frau Rützler angesprochene Globalisierung betrifft, haben wir in der Schweiz fast ein bisschen heile Welt, weil wir davon viel weniger betroffen sind. Wir haben geschlossene Grenzen und damit große Barrieren, Fleisch oder Milch zu importieren. Es gibt zwar Massentierproduktion, aber nicht in den Dimensionen, wie wir sie aus anderen Ländern kennen. Bauern verdienen aufgrund von Direktzahlungen genug, um überleben zu können. Ich persönlich denke, dass dieses System funktioniert. Es macht Lebensmittel teurer, aber wir sind auf eine gewisse Art geschützt und ich denke, dass uns das erlaubt, Kreislaufwirtschaft zu betreiben.

Wie schaut das in der Praxis aus?

Matthew Robin: Unsere Milch- und Käsebetriebe arbeiten eng mit den Fleischproduzenten zusammen. Das heißt, die Molke, die wir produzieren, wird für die Kälbermast und -ernährung verwendet. Wir verwerten,

wo möglich, die Biomasse von den Bauernhöfen als Energielieferant. Uns ist wichtig, auf die ganze Wertschöpfungskette zu achten und den Wirtschaftskreislauf zu schließen. Bei den hohen Kosten in der Schweiz lohnt sich das auch und ich bin überzeugt, dass das die Zukunft der Nahrungsmittelindustrie ist. Nachhaltigkeit ist für uns eng verknüpft mit Wareneffizienz. Unser ganzes System wird durch zu tiefe Energiepreise verzerrt und wir sehen mit dem Krieg in der Ukraine nun das Ausmaß. Wir haben in einer Traumwelt mit viel zu tiefen Energiepreisen gelebt, die nicht die Realität unserer Gesellschaft abbilden.

Nun lässt sich die starke Nachfrage nach Fleisch ja nicht einfach wegreduzieren. Und der Handel ist gefordert, darauf zu reagieren. Wie machen Sie das?

Matthew Robin: Wir sind derzeit noch nicht in der Phase, dass wir unbedingt kultiviertes Fleisch anbieten müssten. Wir sehen aber, dass es ein weltweiter Trend ist, und sind überzeugt, dass sich diese Technologie durchsetzen wird, um den weltweiten Fleisch- und Proteinbedarf zu decken. Wir werden auch in der Schweiz zunehmend unter Druck kommen, noch mehr nachhaltige Produkte anzubieten, und es ist die Philosophie von Migros, unseren Konsumentinnen und Konsumenten die Wahl zu geben. Wir sind ein sehr großer Fleischproduzent und es ist für uns strategisch sehr relevant, uns bei Trends zu positionieren, die die ge- »



Dieter Aigner im Gespräch
mit Franziska Gaupp, Matthew Robin,
Hanni Rützler und Günther Schmitt

samte Fleischproduktion europa- und weltweit beeinflussen könnten.

Frau Gaupp, Sie arbeiten gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Landwirtschaft, Gesundheit und Ernährung daran, Wege zu einem nachhaltigen und gesunden Lebensmittelsystem zu erforschen. Wie könnte ein solches aus Ihrer Sicht aussehen?

Franziska Gaupp: Wir konzentrieren uns in unserer Arbeit auf drei Aspekte: auf eine gesunde Ernährung, auf die Reduktion von Umweltschäden und die Einhaltung der Klimaziele sowie auf soziale Gerechtigkeit. Im Moment muss man einfach sagen, dass unser Ernährungssystem extrem viele negative Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesundheit hat. Das ganze System, also von der Produktion bis zum Konsum, ist für ein Drittel der globalen Treibhausgase verantwortlich. Das Agrarsystem nutzt 40 Prozent der eisfreien Landflächen und es ist weltweit der Sektor mit dem größten Frischwasserverbrauch – ein Großteil davon ist auf die Tierhaltung und den Fleischkonsum zurückzuführen. 80 Prozent der Landflächen werden für Futtermittelanbau und Tierhaltung benötigt und das führt in vielen Teilen der Welt zu Waldrodung und damit Biodiversitätsverlust sowie erhöhten Emissionen. Außerdem ist unser Ernährungssystem oft sehr ungesund. Weltweit leiden Milliarden Menschen an Übergewicht – mit einer steigenden Ten-

denz. Und wir wissen, dass das auch mit dem Fleischkonsum verbunden ist, dass wir zu viel rotes Fleisch essen, was dann zu Herz-Kreislauf-Erkrankungen und Diabetes führen kann.

Ihr Fokus liegt auf pflanzlichen Alternativen?

Franziska Gaupp: Ja. Ihre vorhin gestellte Frage, ob es überhaupt nötig ist, neue Produkte zu entwickeln, kann ich aus unserer strikt wissenschaftlichen Perspektive nur mit einem Nein beantworten. Denn dieses Protein-Gap, über das viel gesprochen wird, das gibt es im Moment in den meisten Regionen nicht. Zumindest hier in Europa ist unser Proteinbedarf gedeckt. Das heißt, wir können und sollten auf mehr pflanzenbasierte Nahrung umsteigen. Ich verstehe aber natürlich, dass die Industrie interessiert ist, neue Produkte zu entwickeln, wenn global die Nachfrage steigt.

Sind diese Produkte deutlich nachhaltiger?

Franziska Gaupp: Insgesamt haben diese neuen Produkte auf jeden Fall einen kleineren ökologischen Fußabdruck als Fleisch, sie haben einen geringeren Wasser- und Landflächenverbrauch und geringere Treibhausgasemissionen. Allerdings braucht Laborfleisch generell mehr Energie als normale Tierhaltung, da biologische Funktionen wie die Verdauung durch industrielle Prozesse ersetzt werden müssen. Und wenn man dann die soziale Komponente anschaut, »

dann gibt es die Befürchtungen, dass dieser neue Markt mit diesen neuen Technologien natürlich von den großen Konzernen und Investoren dominiert wird, die das nötige Kapital haben, in Forschung und Entwicklung zu investieren. Kleine Betriebe und auch die Landwirte könnten aus dem Markt gedrängt werden oder zumindest das Nachsehen haben. Und noch ein Satz zur Gesundheit: Auch wenn Makro- und Mikronährstoffe dieser Produkte angepasst und für die Gesundheit maximiert werden können, gibt es andererseits Studien zu existierenden Produkten, die zeigen, dass beispielsweise in Veggie-Burgern oft zu viel Salz und Fett ist und diese Produkte daher gar nicht gesünder sind als normales Fleisch.

Der Lebensmittelsektor ist auch auf dem Radar von Investoren. Auf welche Innovationen setzen Anlegerinnen und Anleger derzeit auf dem Gebiet?

Günther Schmitt: Als Investor sucht man ja immer nach Anlagemöglichkeiten, die im Wert steigen. Und das passiert gewöhnlich dann, wenn das dahinterliegende Geschäftsmodell funktioniert und ein wachsendes Umfeld vorhanden ist. Momentan ist es sicher so, dass vor allem zwei Bereiche boomen: Das eine ist der Bereich Milch- und Fleisch-Ersatzprodukte, hier gibt es Zuwachsraten sowohl beim Umsatz als auch beim Gewinn. Derzeit sind es vor allem beim Umsatz Zuwächse,

von denen traditionelle Lebensmittelkonzerne wie z. B. Nestlé nur träumen können. Unternehmen wie z. B. Oatly, das Hafermilch erzeugt, steigern ihren Umsatz von Jahr zu Jahr deutlich. Und das ist natürlich etwas, wo Investoren hinsehen und dann gerne auf diesen Zug aufspringen. Denn Unternehmen, die es schaffen, ihren Umsatz so schnell zu steigern, die werden irgendwann einmal auch hohe Gewinne erzielen. Das muss nicht heuer sein oder nächstes Jahr, aber irgendwann wird es ziemlich sicher passieren und da möchte man als Investor dabei sein. Allerdings muss man dazusagen, dass es in diesem Bereich noch wenig börsennotierte Unternehmen gibt. Und wenn sie börsennotiert sind, werden diese kleinen Unternehmen oft von großen Konzernen aufgekauft, die in diesem Bereich natürlich ebenfalls reüssieren wollen.

Welche anderen Branchen sind aus Investorsicht interessant?

Günther Schmitt: Ein zweiter großer Bereich ist aus Anlegersicht die Nahrungsergänzungsmittel-Industrie. Da geht es um zusätzliche Vitamine, Farb- und Geschmacksstoffe oder sonstige Zusatzstoffe. Auch diese Unternehmen haben sehr hohe Zuwachsraten beim Umsatz, aber auch beim Gewinn. Last, but not least möchte ich noch das Thema Smart Farming erwähnen. Da geht es nicht nur darum, dass Unternehmen wie John Deere z. B. selbstfahrende Traktoren auf

den Markt bringen, sondern auch darum, Bewässerungs- oder Düngesysteme intelligent einzusetzen, nur dort zu bewässern oder zu düngen, wo es notwendig ist. Das spart Wasser und Chemie und bringt große Ersparnis und es zahlt alles auf das Thema Nachhaltigkeit ein.

Ernährung ist ja auch ein sehr politisches Thema. Welche Rolle kommt der Politik zu bzw. sollte sie übernehmen?

Matthew Robin: Die Politik muss Rahmenbedingungen schaffen und so die Nachhaltigkeit im Lebensmittelsystem vorantreiben. Industrie und Wirtschaft werden für sie vorteilhafte Mechanismen immer ausnutzen. So funktioniert die Wirtschaft. Man steht in Konkurrenz und muss auch nicht nachhaltige Produkte anbieten, sonst existiert man bald nicht mehr im Markt. Die Politik hat eine große Verantwortung und muss mit der Industrie in Dialog treten. Es braucht hier aber Lösungen, die europaweit abgestimmt sind. Ich bin zwar ein Verfechter der freien Marktwirtschaft, aber es gibt Grenzen, wenn man wirklich ganze Systeme verändern möchte. Da braucht es gesetzliche Vorgaben und alle müssen an einem Strang ziehen.

Franziska Gaupp: Von der Industrie zu hören, dass es mehr Staat braucht, finde ich sehr interessant. Wir hören das immer wieder, wenn wir mit Industrievertretern sprechen. »

ROUND- TABLE- DISKUSSION

Ja, wir wollen uns ändern, aber wir können nicht, weil die Rahmenbedingungen uns das gar nicht erlauben ... Was unsere eigene Arbeit betrifft, versuchen wir Wege zu finden, um Umwelt- und Gesundheitsschäden des Ernährungssystems einzupreisen und zu internalisieren. Wir schlagen auch konkrete politische Maßnahmen vor: Zum Beispiel könnte man die Mehrwertsteuer auf Gemüse und Obst, Hülsenfrüchte und insgesamt gesunde Ernährung senken oder ganz abschaffen, damit sich eben auch Haushalte mit niedrigeren Einkommen gesundes Essen leisten können, was leider oft nicht der Fall ist. Auf der anderen Seite könnten Preise in Zukunft nicht über die Produktionskosten, sondern eben auch über Umweltauswirkungen kalkuliert werden. Das bedeutet, wir schlagen eine Stickstoffüberschussabgabe vor: Landwirtschaftliche Betriebe, die überdüngen und damit Wasser und Luft verschmutzen, müssen das künftig über eine Abgabe bezahlen. Auch eine Tierwohlabgabe, also ein bestimmter zusätzlicher Preis auf Fleisch, wäre aus unserer Sicht sinnvoll. Es gibt auch Bemühungen seitens der EU, die Biodiversität zu stärken. So wurden bestimmte Brachflächen oder -streifen für die Biodiversität reserviert. Doch in einer politischen Hauruckaktion wurden diese Biodiversitätsstreifen freigegeben, um etwaige Getreidelieferausfälle der Ukraine zu kompensieren, obwohl durch Reduktion der Tierhaltung und damit Futtermittelreduktion viel mehr Fläche gespart werden könnte.

Damit werden langfristige Ziele kurzfristigen Notwendigkeiten geopfert. Wir sehen das naturgemäß sehr kritisch.

Gibt es genug politische Initiative, Frau Rützler?

Hanni Rützler: Ich war heuer in Kalifornien, im Fresno County. Das ist das größte agrarische Gebiet in den USA mit massiven Wasserproblemen. Ich habe dort Rindfleisch- und Milchproduzenten getroffen. In einem Nebensatz habe ich erfahren, dass die Milchkühe dort im Schnitt nur dreieinhalb Jahre alt werden. Dann sind sie nicht mehr effizient und werden zu Würsten und Burgern verarbeitet. Und ich muss sagen, das hat mich erschüttert. Zumal ich weiß, welche tolle Qualität altes Rindfleisch sensorisch haben kann. Da ist mir bewusst geworden, dass der Preis von Rindfleisch aktuell am Markt wenig mit Qualität zu tun hat, sondern ganz stark mit der strukturellen Ausrichtung der Betriebe. Da ist eine Dynamik im Gang, die dazu führt, dass wir wirklich an die Grenzen funktionierender Ökosysteme stoßen – auch was, wie schon erwähnt, den Boden betrifft. Starkregen, Klimawandel bringen uns unter Zeitdruck, das ganze System nachhaltiger auszurichten. Wir brauchen regionale Konzepte, die Bauern wieder eine Vision bieten und ihnen die Ängste nehmen, ihre Produkte bald nicht mehr oder nur zu Schleuderpreisen absetzen zu können. Ich würde mir wünschen, dass Regionen eigene kulinarische Profile entwickeln und Zukunftsvisionen. Vielleicht gibt es künftig die Möglichkeit, in Regionen zu investieren »»

und dass das Thema Kreislaufwirtschaft auch an der Börse eine wichtigere Rolle spielt.

Wie nachhaltig ist die Lebensmittelindustrie aus Investorensicht? Welche Kriterien sind entscheidend, um zu investieren?

Günther Schmitt: Als nachhaltige Investoren suchen auch wir den Dialog mit den Unternehmen, in die wir investieren möchten. Das ist unsere Aufgabe. Wenn unsere Nachhaltigkeitskriterien nicht erfüllt werden, dann können wir in diese Unternehmen nicht investieren, das kommunizieren wir auch. Das erzeugt natürlich Druck auf der anderen Seite, da sich das negativ auf den Aktienkurs und die Refinanzierungsmöglichkeiten auswirkt. Insbesondere dann, wenn das nicht nur wir machen, sondern viele andere Investoren ebenfalls. Dann muss das Unternehmen handeln und Anpassungen vornehmen. Wir sind mit den meisten Unternehmen, in die wir investiert sind, in einem permanenten Dialog.

Wären die Unternehmen lieber weniger nachhaltig?

Günther Schmitt: Nein, den Eindruck habe ich nicht. Es kommt sehr viel Druck von der Anlegerseite und das trägt Früchte. Wir haben eine Engagement-Datenbank, wo wir seit vielen Jahren alle unsere Gespräche mit den Unternehmen erfassen und so auch evaluieren können, was das gebracht hat. Damit will ich nicht sagen, dass genau wir den Ausschlag für die Änderungen gebracht haben, aber wenn wir die gleichen Punkte reklamieren

wie zehn andere Investoren, dann hat das Unternehmen schlussendlich reagiert. Also auch der Dialog zwischen Investoren und Unternehmen kann viel bringen.

Machen wir noch eine Schlussrunde ... Welche Gedanken möchten Sie noch einbringen?

Hanni Rützler: Aktuelle Krisen haben uns gezeigt, dass Essen etwas ganz Fundamentales ist. Es gibt uns Halt und Struktur und ich habe den Eindruck, dass Corona uns die Sinne dafür geschärft hat, was uns wichtig ist und was nicht. Essen hat auch eine große soziale Komponente. Deswegen glaube ich, dass dieses Thema ganz zentral ist, nicht nur für die Zukunft, sondern auch für die Identität und die Stabilität von Gesellschaften. Und da sind wir bei der Wertschätzung von Lebensmitteln. Es braucht nicht immer alles von allem, und das rund ums Jahr. Aber das, was wir haben, wollen wir mit gutem Gewissen genießen. Wir wollen auch, dass die Produzenten davon leben können. Ich glaube, wenn wir mehr über Essen und Lebensmittel informieren und mehr darüber reden und auch versuchen, dem Kochen als wichtiger Kulturtechnik wieder einen höheren Stellenwert zu geben, werden wir auch lernen, mit den Ressourcen besser umzugehen. Es wird uns auch bei anderen Problemen helfen, Stichwort Übergewicht, Bluthochdruck, Herz-Kreislauf etc. Ich glaube, wir haben den Zenit überschritten. Es darf wieder ein bisschen weniger sein, dafür aber von besserer, nachhaltigerer Qualität.

Matthew Robin: Dem kann ich mich nur anschließen. Der Zenit ist überschritten. Wir bekommen immer mehr Rückmeldungen von unseren Konsumentinnen und Konsumenten, die beispielsweise wissen wollen, wieso wir im Winter Erdbeeren aus Südafrika verkaufen. Es wird aktiv diskutiert. Ich finde das sehr sinnvoll. Und es ist gut, dass speziell die jüngere Generation sehr kritisch ist. Sie teilt lieber, als zu besitzen. Ich finde diesen Trend sehr vielversprechend und positiv. Es stimmt mich optimistisch.

Franziska Gaupp: Aus dem Blickwinkel der Forschung ist auch das Thema Lebensmittelverschwendung extrem interessant. Wir arbeiten viel mit globalen zukunftsgerichteten Szenarien. Die Reduktion der Lebensmittelverschwendung spielt da immer eine ganz, ganz wichtige Rolle und ist ein wichtiges Forschungsthema. Leider gibt es derzeit noch nicht genug Informationen und politische Strategien, diese Verschwendung zu reduzieren. Doch es laufen sowohl in der Forschung als auch in der Politik verschiedene Projekte, die versuchen, mehr Daten zu erheben, damit man überhaupt erstmal weiß, wo Lebensmittel genau verlorengehen. Ungefähr ein Drittel der Nahrungsmittel wird zwischen Produktion und Konsum verschwendet. Wenn alle verschwendeten Lebensmittel ein Land wären, dann wäre es das Land mit der viertgrößten Treibhausgasemission. Wenn man sich das einmal vorstellt, dann wird einem auch bewusst, wie groß dieses Problem wirklich ist.



NACHHALTIGES ENTWICKLUNGSZIEL 2 (SDG 2):

Kein Hunger

**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS**



Das Thema (Welt-)Ernährung macht globale Gegensätze deutlich sichtbar. Während auf der einen Seite die Anzahl stark übergewichtiger Menschen stetig steigt, was für die Betroffenen zahlreiche gesundheitliche Probleme mit sich bringt, leiden etliche Teile der Erdbevölkerung unter Hunger – derzeit sind es mehr als 800 Millionen Menschen. Gleichzeitig verderben jedes Jahr Lebensmittel im Wert von mehr als 400 Milliarden USD. Zusätzlich sind wichtige Agrarrohstoffe wie z. B. Weizen mitunter starken Preisschwankungen unterworfen, denn zunehmende Wetterextreme, seien es Hitze, Dürre oder Überflutungen, führen zu häufigeren Ernteaussfällen. Eskalierende geopolitische Konflikte verstärken das Ungleichgewicht zwischen Nachfrage und Angebot noch mehr, was uns nicht zuletzt die russische Invasion in der Ukraine und die damit verbundenen Einschränkungen bei Getreideexporten wieder deutlich vor Augen geführt haben. Sollte sich an der aktuellen globalen Versorgungslage nichts ändern, wird eine wachsende Weltbevölkerung das Problem

noch verschärfen, denn diese wird bis zum Jahr 2050 voraussichtlich auf rund 10 Milliarden Menschen ansteigen. Deswegen haben die Vereinten Nationen in ihren Zielen für nachhaltige Entwicklung das SDG 2 „Kein Hunger“ formuliert, um die Bekämpfung von Fehlernährung jeglicher Art voranzutreiben sowie eine ausreichende und nachhaltige Ernährung aller Menschen zu gewährleisten.

Wie in der unten angeführten Infobox ersichtlich, beinhaltet dieses Ziel nicht nur den Kampf gegen Hunger oder Mangelernährung. Die Schaffung einer nachhaltigen und resilienten Nahrungsmittelproduktion ist ebenso von Bedeutung, denn aktuell dominierende Methoden der Lebensmittelherstellung und -verarbeitung beschleunigen den Raubbau an weltweiten Ressourcen. Die sogenannte „Great Food Transformation“ erfordert daher einen umfassenden Wandel des nationalen und globalen Ernährungssystems. Die folgenden Absätze führen die Kernpunkte des SDG 2 an.

DIE BIS 2030 FESTGELEGTE ENTWICKLUNGSZIELE DER UN ZUM THEMA „KEIN HUNGER“, WIE SIE AUCH IN DIE AGENDA 2030 FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG DER ÖSTERREICHISCHEN BUNDESREGIERUNG AUFGENOMMEN WURDEN (GEKÜRZT):

- ✓ Den Hunger beenden und sicherstellen, dass alle Menschen ganzjährig Zugang zu sicheren, nährstoffreichen und ausreichenden Nahrungsmitteln haben.*
- ✓ Alle Formen der Fehlernährung beenden.*
- ✓ Die landwirtschaftliche Produktivität und die Einkommen von kleinen Nahrungsmittelproduzenten verdoppeln.*

- ✓ Die Nachhaltigkeit der Systeme der Nahrungsmittelproduktion sicherstellen.*
- ✓ Die genetische Vielfalt von Saatgut, Kulturpflanzen sowie Nutz- und Haustieren und ihren wildlebenden Artverwandten bewahren.



Herbert Perus
Fondsmanagement –
Corporate Responsibility
bei der Raiffeisen KAG

UNTERNEHMENS



Matthias Zwiefelhofer
Corporate Responsibility
bei der Raiffeisen KAG

Zu den Engagement-Aktivitäten des Fondsmanagements von Raiffeisen Capital Management (Raiffeisen KAG) zum Thema Welternährung gehört auch der Dialog mit einigen der größten und für uns interessantesten börsennotierten Unternehmen in diesem Bereich. Insgesamt wurden 30 globale Supermarktketten kontaktiert; dabei wurde ihnen ein breiter Katalog mit Fragen zum Umgang mit Lebensmitteln vorgelegt. Wir stellten unter anderem folgende Fragen:

- 1 Was ist Ihr Beitrag zum Sustainable Development Goal (SDG) 2, dessen Ziel das Ende des Hungers weltweit ist?
- 2 In Bezug auf die Lieferkette: Verfügen Sie über eine Policy der nachhaltigen Landwirtschaft und welche Prüfungen nehmen Sie vor, bevor Sie bei einem neuen Lieferanten bestellen?
- 3 Gibt es Initiativen zur Erhöhung des Nährstoffgehalts Ihrer Produkte?
- 4 Welches Programm haben Sie, um Lebensmittelabfälle zu reduzieren?
- 5 Welcher Prozentsatz Ihrer Produkte richtet sich an Verbraucher mit geringem Einkommen, und welche Wachstumsmerkmale weist dieses Segment auf?
- 6 Aufgrund der angespannten geopolitischen Lage in der Ukraine sind die Lebensmittelpreise, insbesondere der Preis für Weizen, stark gestiegen. Wie gehen Sie mit diesem Umstand um, und betrachten Sie dieses Preisniveau als konstant oder als vorübergehend?

STIMMEN ZUM THEMA WELTERNÄHRUNG

1 Hellofresh (Deutschland)

Mit den derzeit produzierten Lebensmitteln könnte leicht die gesamte Weltbevölkerung ernährt werden, doch es scheitert bis jetzt an einer gerechten Ressourcenverteilung. Die UN-SDGs haben sich unter anderem die Beseitigung dieser Ungerechtigkeit als Ziel gesetzt. Auch Unternehmen versuchen zur Lösung dieses globalen Problems beizutragen.

Der durch den Verkauf von Kochboxen groß gewordene Lebensmittelverkäufer Hellofresh hat sich mit seinem Programm „Meals with Meaning“ glaubhaft des Themas Lebensmittelspenden angenommen. So ist es dem Berliner Unternehmen im Jahr 2021 gelungen, mehr als 1,5 Millionen Mahlzeiten an unterschiedliche karitative Einrichtungen weiterzugeben. Angefallene Überschüsse in der Herstellung der Produkte wurden rasch identifiziert und zeitnah an Bedürftige weitergegeben.

2 Ocado (England)

Lieferketten für Lebensmittel bergen unzählige Nachhaltigkeitsrisiken. Das reicht von Menschenrechtsverletzungen über die Gefährdung des Tierwohls bis hin zu massiven Umweltbelastungen. Für Raiffeisen Capital Management als nachhaltigem Investor ist es demnach umso wichtiger, im Dialog mit Unternehmen besonders die Lieferkette zu beobachten.

Das britische Unternehmen Ocado hat für seine Lieferanten strenge Standards gesetzt, um für Qualität in der Lieferkette zu sorgen.

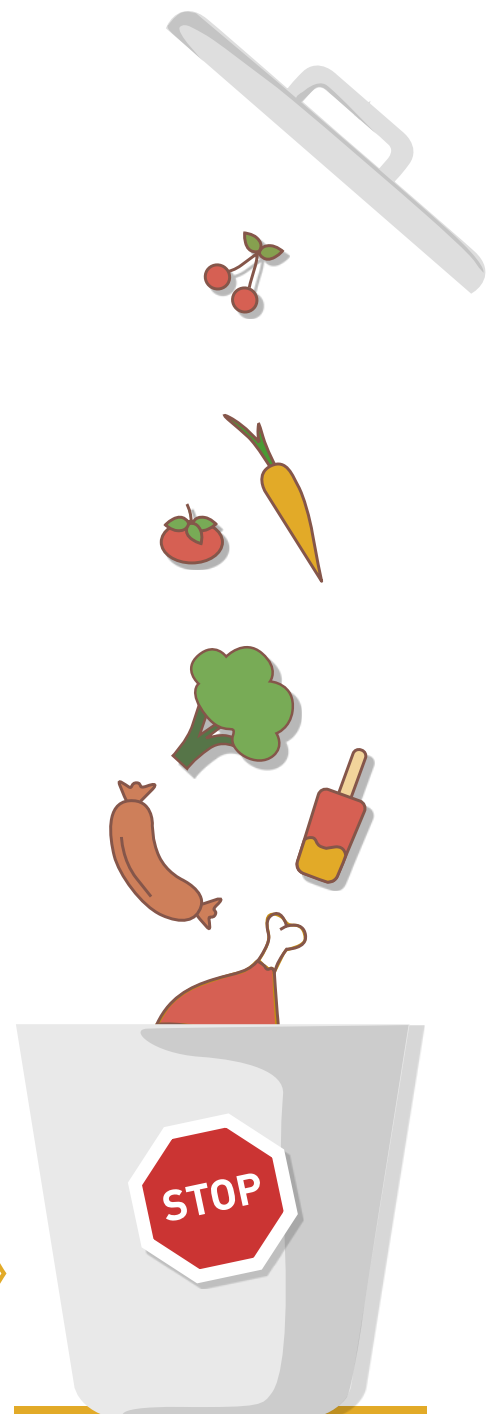
Beispielsweise wird Palmöl ausschließlich von zertifiziert nachhaltigen Palmölherstellern zugekauft.

Für die Eigenmarken von Ocado gilt das Ziel, dass das Füttern von Tieren durch Zulieferer zu 100 % aus nachhaltig angebauten Sojabohnen erfolgen muss. Das Futter muss außerdem frei von gentechnisch modifizierten Anteilen sein. Bei Fleischprodukten setzt das britische Unternehmen auf das „Red Tractor“-Siegel, welches die Qualität der Lebensmittel garantiert. Um zu lange Lieferketten zu vermeiden, werden keine Rindfleischprodukte aus Südamerika in den Geschäften verkauft.

3 Jerónimo Martins (Portugal)

In den Industriestaaten besteht nicht das Problem der Unterernährung, genau das Gegenteil ist oft der Fall. Schlechte Ernährung durch ungesunde Lebensmittel ist der Verursacher für die meisten Zivilisationskrankheiten in den Ländern der ersten Welt. Sehen sich Supermarktketten bei diesem Problem in der Verantwortung? Wenn ja, was tun sie, um ihre Produkte gesünder zu machen?

Für Jerónimo Martins, einen portugiesischen Lebensmittelhändler, ist die Frage nach der Verantwortung ganz klar mit Ja zu beantworten. Die Gruppe sieht sich selbst als wichtiges und verlässliches Mitglied der Gesellschaft und will aktiv im weltweiten Kampf gegen diese ernsten Probleme der öffentlichen Gesundheit auftreten. Um die »



UNTERNEHMENS-
STIMMEN
ZUM THEMA
WELTERNÄHRUNG



Ernährungsgewohnheiten der Menschen zu ändern, investiert das Unternehmen zunehmend in die Entwicklung von ernährungsphysiologisch ausgewogenen und weniger verarbeiteten Eigenmarkenprodukten, während es gleichzeitig den breiten Zugang zu diesen Produkten fördert. In Broschüren werden besonders gesunde und nährstoffreiche Produkte beworben, die weniger Zucker, Salz oder Fett enthalten sowie lactose-, gluten- und gentechnikfrei sind. Das gilt besonders für Lebensmittel, die sich vorwiegend an Kinder richten. In allen Märkten, in denen Jerónimo Martins tätig ist, hat sich das Unternehmen das Ziel gesetzt, bis 2025 bei diesen Produkten ein höheres Nährwertprofil als vergleichbare Unternehmen zu bieten.

4 Walmart (USA) und Axfood (Schweden)

Rund ein Drittel der weltweit produzierten Lebensmittel wird verschwendet. Damit könnten ungefähr zwei Milliarden Menschen ausreichend ernährt werden. Viel wird bereits entsorgt, bevor es überhaupt den Endkonsumenten erreicht. Was sind die Ziele von global agierenden Unternehmen bezüglich Lebensmittelverschwendung? Der weltweit wohl bekannteste Lebensmitteleinzelhändler Walmart möchte nicht nur den eigenen Abfall reduzieren, sondern auch die gesamte Wertschöpfungskette einbeziehen. Das soll durch eine Förderung der Kreislaufwirtschaft im gesamten Produktions- und Lieferprozess erreicht werden.

Auch für das schwedische Unternehmen Axfood hat die Reduzierung von Lebens-

mittelabfällen höchste Priorität. So wurde als Ziel gesetzt, die Abfälle bis spätestens 2025 im Vergleich zum Basisjahr 2015 um 50 % zu reduzieren. Dabei sind eine Optimierung des Bestellprozesses sowie preisgünstige Verkäufe von verderblichen Waren nahe am Ablaufdatum am effektivsten. Weiters melden Mitarbeiter in den Lebensmittelfilialen täglich die Menge an Abfällen in eine interne Datenbank ein. Durch die genaue Erfassung dieser Daten können Strategien zur Verminderung der Lebensmittelverschwendung kurzfristig angepasst werden. Axfood ist Mitbegründer von Matmissionen, einer Initiative, die Lebensmittel verkauft, die ansonsten entsorgt worden wären.

5 Carrefour (Frankreich)

Die Folgen der Inflation halten nicht nur den Kapitalmarkt fest in ihrem Bann, sondern sind mittlerweile für die Kunden spürbar in den Lebensmittelgeschäften angekommen. Immer mehr Konsumenten achten bei ihrem Einkauf vermehrt auf die Preise. Deshalb haben Unternehmen oft eigene Produktparten, um einkommensschwachen Schichten dennoch ein preisgünstiges Sortiment anbieten zu können. Bei diesen Strategien spielen oft die Eigenmarken von Unternehmen eine große Rolle.

Genau diese Strategie fährt Europas zweitgrößtes Einzelhandelsunternehmen Carrefour in den letzten fünf Jahren verstärkt. Diese alternativen Eigenmarkenprodukte sind durchschnittlich um 20–30 % billiger als

die nationalen Marken und gewährleisten dadurch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Der Umsatzanteil der Eigenmarken beträgt bei Carrefour heute 32 %, er war vor fünf Jahren noch bei 25 %. Carrefour sieht sich dadurch in seiner Strategie bestärkt und wird weiterhin auf Eigenmarken setzen.

6 Sainsbury (England)

Die Welt hat gespannt zugesehen, als die lang ersehnten Weizenlieferungen den Hafen von Odessa verlassen konnten. UNO-Generalsekretär António Guterres hatte bei dem Anblick der Lieferschiffe laut eigener Aussage „Tränen in den Augen“, da diese Lieferungen Erleichterung für hungernde Menschen besonders in Westafrika gebracht haben. Auch Unternehmen müssen mit den Folgen der erhöhten Weizenpreise umgehen und vor allem auch Einschätzungen für die Zukunft treffen.

Das in London gelistete Unternehmen Sainsbury sieht es als seine Aufgabe an, seinen Kundinnen und Kunden bei den gestiegenen Lebenshaltungskosten zu helfen und nicht einfach die Kosten auf die Konsumenten abzuwälzen. Sainsbury investiert 500 Millionen Pfund über einen Zeitraum von zwei Jahren bis März 2023, um die Lebensmittelkosten für Produkte, die die Kunden am häufigsten kaufen, so niedrig wie möglich zu halten. Das Unternehmen setzt im Fall von Lieferengpässen auf starke Lieferantenbeziehungen und beobachtet die Situation in der Ukraine und die Auswirkungen auf deren Lieferketten ganz genau.

UNILEVER



UNTERNEHMEN IM FOKUS DER NACHHALTIGKEIT

„Niemand zuvor war es der Welt so klar, welche sozialen und ökologischen Herausforderungen uns allen bevorstehen. Es war niemals wichtiger als heute, zu handeln. Wir wissen, dass eine große Aufgabe vor uns liegt. Wir sind ein Unternehmen mit Mitarbeitenden und Marken mit einer klaren Vision: Wir wollen Nachhaltigkeit alltäglich machen.“

Unilever-Homepage

Axe, Ben & Jerry's, Cif, Coral, Cornetto, Cremissimo, Domestos, Dove, Duschdas, Hellmann's, Langnese, Lipton, Maizena, Pfanni, Rexona, Signal ...

Das ist nur ein kleiner Ausschnitt aus den weltweit mehr als 400 Marken und Produkten des seit 2020 ausschließlich britischen Konzerns Unilever. Weitere Fakten zu dem Unternehmen sind ähnlich eindrucksvoll. Der Konzern ist weltweit in mehr als 190 Ländern vertreten, wobei mehr als 25 Millionen Einzelhändler die Produkte vertreiben. Über 2,5 Milliarden Menschen nutzten im Jahr 2020 mindestens einmal täglich die Produkte von Unilever und der Gesamtumsatz überschritt die Marke von 51 Milliarden Euro. Damit gehört Unilever mit Nestlé aus der Schweiz, Danone aus Frankreich und Mars aus den USA zu den weltweit größten Unternehmen im Bereich von Verbrauchsgütern. Daher lohnt sich ein genauerer Blick auf die Geschichte der Gesellschaft.

VON DER MARGARINE ZU VIELEM ANDEREN

1888 gründete der aus den Niederlanden stammende Margarinefabrikant Simon van den Bergh im niederrheinischen Kleve das Unternehmen Margarinewerke Van den Bergh für die industrielle Herstellung von Margarine. Sein Landsmann Anton Jurgens errichtete unweit von Kleve in der Nachbarstadt Goch ebenfalls eine Fabrik zur Margarineherstellung. Im Jahr 1927 fusionierten die beiden Familienunternehmen Jurgens und Van den Bergh zur Margarine Unie in Rotterdam und in London zur Margarine Union.

William Lever und sein Bruder James gründeten 1885 die Seifenfabrik Lever Brothers, die zunächst in Nordwestengland beheimatet war und später westlich von Liverpool ihren Standort hatte. Ihr Produkt war innovativ, weil sie Palmöl statt Talg für die Seifenherstellung verwendeten, und fand großen Absatz. Die »

Gebrüder Lever gaben ihm den Namen „Sunlight Soap“, von da stammt der Name des Produktes Sunlicht.

1929/1930 vereinigten sich schließlich Margarine Unie und Lever Brothers Ltd. zu Unilever. Die Grundlage eines Weltkonzerns war geschaffen. Im Laufe der Jahre wurden unzählige Unternehmen aufgekauft, unter anderem fand 1960 der Kauf des Milcheisgeschäfts der Wiener Milcheisindustrie AG (MIAG) unter dem Markennamen Eskimo statt. In den kommenden Jahrzehnten des Wachstums kamen dann Neuerwerbungen wie unter anderem Calvin Klein, Bestfoods (Maizena und Knorr), Ben & Jerry's und Slim-Fast (wieder verkauft im Jahr 2014) dazu. Die 2010er-Jahre waren dann von einer breit angelegten Konsolidierung geprägt, viele Unternehmensteile wurden verkauft. Dazu zählten unter anderem so prominente Bereiche wie die Brotaufstrichsparte (Rama, Becel, Sanella), die im Jahr 2017 an den Finanzinvestor KKR ging. Die bekannte Tiefkühlmarke Iglo wurde 2006 an die Investmentgesellschaft Permira abgegeben.

Nach dem Börsengang war die Unilever-Aktie in London und Amsterdam gleichberechtigt gelistet. Im Oktober 2020 billigten die Unilever-Aktionäre den Beschluss des Vorstands, die Doppelstruktur mit Sitzen in Großbritannien und den Niederlanden aufzugeben und künftig allein in London den Hauptsitz zu haben. Die Verschmelzung der niederländischen Unilever N.V. mit der briti- »



Herbert Perus
Fondsmanagement –
Corporate Responsibility
bei der Raiffeisen KAG

schen Unilever PLC wurde am 30. November 2020 vollzogen. Seither ist Unilever ein rein britisches Unternehmen.

DER WEG ZUR NACHHALTIGKEIT

Im Jahr 2010 hat Unilever mit seinem „Unilever Sustainable Living Plan“ (USLP) ein umfassendes Programm ins Leben gerufen, das den Nachhaltigkeitsbereich im Unternehmen zur Gänze abdecken soll. Laut eigener Aussage hat Unilever dabei viel gelernt und auf dem Weg dabei nicht alles richtig gemacht. Jedoch ist sich Unilever sicher, dass der eingeschlagene Weg der richtige ist. Gemeinsam mit den Zulieferern und Konsumenten soll eine Welt geschaffen werden, die sich alle wünschen. Dabei werden die nicht verhandelbare Einhaltung der Menschenrechte unterstützt und die volle Wirkung der Marken genutzt, um einen positiven Wandel herbeizuführen.

Im Bereich des Klimaschutzes wird in allen Geschäftsbereichen auf erneuerbare Energien umgestellt und es wird nach kohlenstoffarmen Inhaltsstoffen gesucht, um pflanzliche Alternativen wie vegane Lebensmittel und Reinigungsprodukte ohne fossile Kohlenstoffe anzubieten. Das Ziel ist es, bis 2039 netto emissionsfrei zu werden.

Die Lieferketten sollen drastisch verändert werden. So will Unilever schon bis ins kommende Jahr durch Anpassungen bei sämtlichen Produktionsprozessen das Ende einer weiteren Abholzung von Wäldern erreichen.

Im Mittelpunkt des USLP steht der Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft mit einer abfallfreien Welt, das betrifft vor allem die drastische Verringerung von Kunststoffen und Verpackungen, Lebensmittelabfällen und anderen Abfällen aus den Fabriken und Betrieben. Auf unsere Frage nach den Programmen zur Verringerung des Lebensmittelabfalls verwies Unilever auf den „Global Food Loss and Waste Standard“, den das Unternehmen zur Gänze umsetzt. Das Unternehmen hat sich zusätzlich verpflichtet, den Abfall im Lebensmittelbereich bis 2025, ausgehend von 2019, um die Hälfte zu reduzieren. Beispielsweise werden in dem Produkt „Cremissimo Schokoheld“ 40 % einer Eiscreme verwendet, die in früheren Zeiten noch vernichtet worden wäre.

Dem Unternehmen ist bewusst, dass das globale Ernährungssystem aus dem Tritt geraten ist. Unilever will seinen Beitrag dazu leisten, dieses System zu transformieren. Mit der „Future Foods“-Initiative soll die Umstellung auf gesündere Ernährung unterstützt und dabei gleichzeitig der ökologische Fußabdruck verringert werden.

UNILEVER IN EIGENEN WORTEN

„Wir werden handeln, um die Gesundheit unseres Planeten zu verbessern. Den Klimawandel bekämpfen. Die Natur schützen und regenerieren. Und eine abfallfreie Welt erschaffen. Wir werden zu einer ge-

rechten und inklusiven Welt beitragen. Uns in allem, was wir tun, auf Gerechtigkeit, Diversität und Inklusion konzentrieren. Aktiv Lebensbedingungen verbessern und die Menschen auf die Zukunft der Arbeit vorbereiten. Gleichzeitig werden wir die Gesundheit und das Wohlbefinden von allen Menschen verbessern. Unsere Marken werden im Mittelpunkt dieser Arbeit stehen – so wie sie es schon immer getan haben. Wir wissen, dass wir damit eine große Wirkung erzielen können. Wir wissen aber auch, dass die größten Herausforderungen Maßnahmen erfordern, die über das hinausgehen, was ein Unternehmen allein erreichen kann. Einige der größten Chancen für positive Veränderung liegen in unserer Wertschöpfungskette und in den Gesellschaften, mit denen wir verbunden sind. Wir müssen die gesamte Größe und Reichweite von Unilever nutzen, um die Geschäftspraktiken und die Politik der Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten, und der Länder, in denen wir tätig sind, zu beeinflussen. Denn für uns alle, die wir uns eine gerechtere, sozialere Welt und einen gesunden Planeten wünschen, ist die Botschaft klar: Wir haben keine Zeit zu verlieren. Lasst uns handeln.“

Schöne Worte, klare und ambitionierte Ziele. Raiffeisen Capital Management wird das Unternehmen weiterhin beobachten und auf dem Weg zum selbstgesteckten Ziel, zum „nachhaltigsten Unternehmen der Welt“ zu werden, begleiten.



RAIFFEISEN-FONDS-WALD

UNSERE BÄUME WERDEN WALD

Vor knapp einem Jahr hat Raiffeisen Capital Management gemeinsam mit Wald4Leben das Projekt „Raiffeisen-Fonds-Wald“ initiiert. Bislang hat Raiffeisen Capital Management rund 7.000 Bäume in das Aufforstungsprogramm des Start-ups aus dem Waldviertel eingebracht.

Der Klimawandel hat in den letzten Jahren auch unsere Wälder erreicht. Neben Sturmschäden sind es vor allem die anhaltende Trockenheit und der Befall mit Borkenkäfern, die flachwurzelnden Baumarten wie der Fichte stark zugesetzt haben. In einzelnen Bezirken des Wald-, Wein- und Mühlviertels haben Borkenkäfer mehr als 50 Prozent der Waldfläche vernichtet, ganze Waldgebiete mussten geschlägert werden. So sind viele hundert Hektar an Wald in diesen Gebieten verschwunden und können mangels akzeptabler Erlöse von den Waldbesitzerinnen und -besitzern selbst teilweise nicht mehr aufgeforstet werden.

SELBST MIT ANGEPACKT

Doch dieser Wald fehlt, und zwar uns allen. Denn der Einfluss des Waldes auf das Klima durch die Aufnahme- und Speicherkapazität von Kohlenstoffdioxid (CO₂) ist von zentraler Bedeutung. Jeder Baum zählt! Natürliche Mischwälder sind darüber hinaus nicht nur Lebensraum für vielfältige Baumarten, Sträucher, Kräuter, Farne, Moose, Pilze und Flechten, sondern auch für viele Tierarten, Kleinlebewesen und Mikroorganismen. Sie sorgen für Biodiversität. Deshalb haben rund 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Raiffeisen Capital Management, unter ihnen auch CEO Rainer Schnabl, im Frühsommer selbst angepackt, um das Waldviertler Start-up-Unternehmen

Wald4Leben dabei zu unterstützen, auf den gerodeten Flächen Mischwälder aufzuforsten. Wichtig ist, dass der neue Wald klimafit ist: Die neu gesetzten Baumarten – beispielsweise Eiche, Spitzahorn, Wildkirsche, Lärche, Weißtanne, Douglasie, Rotbuche und Linde – können auch unter wärmeren und trockeneren Bedingungen gut wachsen und gedeihen.

LEBENSRAUM FÜR BIENEN

Da diese Wälder aufgrund ihrer naturnahen Bewirtschaftung und der unterschiedlichen Blühzeitpunkte auch einen optimalen Lebensraum für Honigbienen bieten, werden direkt in den Wäldern bzw. in deren unmittelbarer Nähe zusätzlich Bienenstöcke aufgestellt. Damit soll überdies der Erhalt gesunder Bienenpopulationen gefördert werden.

Weitere Informationen

www.rcm.at/raiffeisen-fonds-wald
www.wald4leben.at



RAIFFEISEN- ESG-INDIKATOR

Der Raiffeisen-ESG-Indikator ist ein Bewertungsmaßstab für die Nachhaltigkeitsleistung eines Unternehmens bzw. eines Investmentfonds. Dabei werden für jedes Unternehmen die Dimensionen Umwelt, Gesellschaft

und Unternehmensführung anhand zahlreicher Kriterien bewertet und zum Raiffeisen-ESG-Indikator hochaggregiert. ESG steht als Abkürzung für die Begriffe Environment, Social und Governance.

Um den Raiffeisen-ESG-Indikator für einen Fonds zu berechnen, werden die Bewertungen der investierten Unternehmen mit dem Anteil des Unternehmens am Fondsvermögen zum jeweiligen Stichtag gewichtet.

Rechtliche Hinweise f. S. 31: Aufgrund der aktuellen niedrigen oder negativen Kapitalmarkttrenditen reichen die Zinserträge im Raiffeisen-Nachhaltigkeit-ShortTerm derzeit und mit hoher Wahrscheinlichkeit auch in naher Zukunft nicht aus, um die laufenden Kosten zu decken. Verlässliche längerfristige Prognosen sind angesichts der Unwägbarkeiten künftiger Marktentwicklungen nicht möglich. Im Rahmen der Anlagestrategie des Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Rent und des Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Europa-Aktien kann überwiegend (bezogen auf das damit verbundene Risiko) in Derivate investiert werden. Die Fonds Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Wachstum, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Aktien, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Europa-Aktien, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Momentum, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-EmergingMarkets-Aktien, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-ÖsterreichPlus-Aktien, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-US-Aktien, Raiffeisen-SmartEnergy-ESG-Aktien und Raiffeisen-PAXetBONUM-Aktien weisen eine erhöhte Volatilität auf, d. h., die Anteilswerte sind auch innerhalb kurzer Zeiträume großen Schwankungen nach oben und nach unten ausgesetzt, wobei auch Kapitalverluste nicht ausgeschlossen werden können. Die Fondsbestimmungen der Fonds Klassik Nachhaltigkeit Mix, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Diversified, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Rent, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Solide und Raiffeisen-PAXetBONUM-Anleihen wurden durch die FMA bewilligt. Der Klassik Nachhaltigkeit Mix kann mehr als 35 % des Fondsvermögens in Wertpapiere/Geldmarktinstrumente folgender Emittenten investieren: Österreich, Deutschland, Frankreich, Niederlande, Belgien, Finnland. Der Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Diversified kann mehr als 35 % des Fondsvermögens in Schuldverschreibungen folgender Emittenten investieren: Frankreich, Niederlande, Öster-

reich, Belgien, Finnland, Deutschland, Italien, Schweden, Spanien. Der Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Rent kann mehr als 35 % des Fondsvermögens in Wertpapiere/Geldmarktinstrumente folgender Emittenten investieren: Frankreich, Niederlande, Österreich, Italien, Großbritannien, Schweden, Schweiz, Spanien, Belgien, Vereinigte Staaten von Amerika, Kanada, Japan, Australien, Finnland, Deutschland. Der Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Solide und der Raiffeisen-PAXetBONUM-Anleihen können mehr als 35 % des Fondsvermögens in Schuldverschreibungen folgender Emittenten investieren: Frankreich, Niederlande, Österreich, Belgien, Finnland, Deutschland.

Die veröffentlichten Prospekte bzw. die Informationen für Anleger gemäß § 21 AIFMG sowie die Kundeninformationsdokumente bzw. ab 1.1.2023 die Basisinformationsblätter der Fonds der Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft m.b.H. stehen unter www.rcm.at unter der Rubrik „Kurse und Dokumente“ in deutscher Sprache (bei manchen Fonds die Kundeninformationsdokumente / die Basisinformationsblätter zusätzlich auch in englischer Sprache) bzw. im Fall des Vertriebs von Anteilen im Ausland unter www.rcm-international.com unter der Rubrik „Kurse und Dokumente“ in englischer (gegebenenfalls in deutscher) Sprache bzw. in Ihrer Landessprache zur Verfügung. Eine Zusammenfassung der Anlegerrechte steht in deutscher und englischer Sprache unter folgendem Link: <https://www.rcm.at/corporategovernance> zur Verfügung. Beachten Sie, dass die Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft m.b.H. die Vorkehrungen für den Vertrieb der Fondsanteilscheine außerhalb des Fondsdomizillandes Österreich aufheben kann.

Seite 31: Umweltzeichen für Nachhaltige Anlageprodukte: Das Österreichische Umweltzeichen wurde vom Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Infrastruktur & Technologie (BMK) für die Raiffeisenfonds Raiffeisen-GreenBonds, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-ShortTerm, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Rent, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Solide, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Mix, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Aktien, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Momentum, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-EmergingMarkets-Aktien, Klassik Nachhaltigkeit Mix, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Wachstum, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Europa-Aktien, Raiffeisen-SmartEnergy-ESG-Aktien, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-ÖsterreichPlus-Aktien, Raiffeisen-PAXetBONUM-Anleihen, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-EmergingMarkets-LocalBonds, Raiffeisen-Nachhaltigkeit-US-Aktien und Raiffeisen-PAXetBONUM-Aktien verliehen, weil bei der Auswahl von Aktien und Anleihen neben wirtschaftlichen auch ökologische und soziale Kriterien beachtet werden. Das Umweltzeichen gewährleistet, dass diese Kriterien und deren Umsetzung geeignet sind, entsprechende Aktien und Anleihen auszuwählen. Dies wurde von

unabhängiger Stelle geprüft. Die Auszeichnung mit dem Umweltzeichen stellt keine ökonomische Bewertung dar und lässt keine Rückschlüsse auf die künftige Wertentwicklung des Anlageproduktes zu. Das Europäische Transparenz-Logo für Nachhaltigkeitsfonds kennzeichnet, dass die Raiffeisen KAG sich verpflichtet, korrekt, angemessen und rechtzeitig Informationen zur Verfügung zu stellen, um Interessierten, insbesondere Kunden, die Möglichkeit zu geben, die Ansätze und Methoden der nachhaltigen Geldanlage des jeweiligen Fonds nachzuvollziehen. Ausführliche Informationen über den Europäischen Transparenz Kodex finden Sie unter www.eurosif.org. Informationen über die nachhaltige Anlagepolitik und ihre Umsetzung der Raiffeisen-Nachhaltigkeitsfonds finden Sie unter www.rcm.at/nachhaltigkeit. Der Transparenz Kodex wird von Eurosif gemanagt, einer unabhängigen Organisation. Das Europäische SRI Transparenz-Logo steht für die oben beschriebene Verpflichtung des Fondsmanagers. Es ist nicht als Befürwortung eines bestimmten Unternehmens, einer Organisation oder Einzelperson zu verstehen.

Raiffeisen-ESG-Indikator					SFDR*
Raiffeisen-GreenBonds	75	✓	☆☆☆	✓	Art. 9
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Aktien	75	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Diversified	75		☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-EmergingMarkets-Aktien	61	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-EmergingMarkets-LocalBonds	80	✓		✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Europa-Aktien	78	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Mix	74	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Momentum	76	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-ÖsterreichPlus-Aktien	75	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Rent	71	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-ShortTerm	71	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Solide	73	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-US-Aktien	71	✓		✓	Art. 8
Raiffeisen-Nachhaltigkeit-Wachstum	74	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-PAXetBONUM-Aktien	72	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-PAXetBONUM-Anleihen	76	✓	☆☆☆	✓	Art. 8
Raiffeisen-SmartEnergy-ESG-Aktien	77	✓	☆☆☆	✓	Art. 9
Klassik Nachhaltigkeit Mix	75	✓	☆☆☆	✓	Art. 8

Raiffeisen-ESG-Indikator: Die Raiffeisen Kapitalanlage-Gesellschaft m.b.H. analysiert laufend Unternehmen und Staaten auf Basis interner und externer Researchquellen. Die Ergebnisse dieses Nachhaltigkeitsresearch münden gemeinsam mit einer gesamtheitlichen ESG-Bewertung, inkludierend eine ESG-Risikobewertung, in den sogenannten Raiffeisen-ESG-Indikator. Der Raiffeisen-ESG-Indikator wird auf einer Skala von 0 bis 100 gemessen. Die Beurteilung erfolgt unter Berücksichtigung der jeweiligen Unternehmensbranche.

* **SFDR:** Sustainable Finance Disclosure Regulation (dt. Offenlegungsverordnung) ist eine EU-Verordnung, die die Offenlegungspflichten von Finanzdienstleistern bzgl. der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsthemen in ihren Prozessen und Produkten regelt.

SFDR Art. 8: Der Fonds berücksichtigt im Zuge der Veranlagung ökologische und/oder soziale Merkmale.

SFDR Art. 9: Der Fonds strebt eine nachhaltige Investition an.

Stand per 31.8.2022



INVESTIEREN WIR GEMEINSAM IN EINE **NACHHALTIGE ZUKUNFT**

WERTE BEWAHREN. WERTE SCHAFFEN.

rcm.at/nachhaltigkeit und investment-zukunft.at

