

Dem Geschäftsmodell von Swiss Re liegt eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie zugrunde

Swiss Re CEO Christian Mumenthaler wurde im 2021 erstmals durchgeführten Rating von Green Business Switzerland zum Green Business CEO gewählt. Was das für Swiss Re bedeutet und welche Ziele der weltweit tätige Rückversicherer im Nachhaltigkeitsbereich verfolgt, schildert Reto Schnarwiler, Head Group Sustainability bei Swiss Re, im Gespräch mit «The Reporting Times».

Von Walter Thomas Lutz



ZUR PERSON: RETO SCHNARWILER

Reto Schnarwiler ist Head Group Sustainability von Swiss Re. Er verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen Rückversicherung, Versicherung und Impact Investing. Reto Schnarwiler war stellvertretender Leiter des Group-Strategy-Teams von Swiss Re, bevor er das Public-Sector-Solutions-Team von Swiss Re gründete. Weiter ist er auch Vorsitzender von responsAbility Investments, einem führenden Impact Investor.

Herzliche Gratulation, Herr Schnarwiler! Der Titel «Green Business CEO» für den Swiss Re CEO Christian Mumenthaler ist auch eine Anerkennung für Ihre Arbeit als Head Group Sustainability von Swiss Re.

Die Auszeichnung von Christian Mumenthaler durch Green Business Switzerland freut uns sehr. Sustainability im weiteren Sinn und insbesondere das Klimathema sind wichtig für Swiss Re. Wir beschäftigen uns seit vielen Jahren, ja Jahrzehnten extern und intern stark mit Nachhaltigkeitsfragen. Eben weil uns das Thema wichtig ist, freut uns die Anerkennung doppelt.

Der soziale und kulturelle Austausch ist ein Teil der nachhaltigen Unternehmensführung und bildet den Purpose einer Organisation. Wie sind Nachhaltigkeitsaspekte im Unternehmenszweck von Swiss Re reflektiert?

Unser Purpose ist, die Welt widerstandsfähiger zu machen. Unser Motto lautet «We make the world more resilient». Da spielen die ESG-Aspekte eine wichtige Rolle. Nachhaltigkeit und Wider-

standsfähigkeit sind zwei verwandte Konzepte. Swiss Re engagiert sich in beiden sowohl auf strategischer Ebene wie auch im Tagesgeschäft. Einerseits haben wir eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie, die Themen abdeckt wie Klimawandel, die Transformation der Energieindustrie oder die gesellschaftliche Resilienz. Diese Themen sind in unserem Ziel, die Welt widerstandsfähiger zu machen, reflektiert. Und es gibt einen direkten Bezug zum Kerngeschäft von Swiss Re, zum Beispiel im Leben- und Krankenversicherungsgeschäft, in dem die gesellschaftliche Resilienz eine grosse Bedeutung hat. Bei Swiss Re sehen wir verschiedene Anknüpfungspunkte zwischen dem Purpose von Swiss Re und dem Thema Nachhaltigkeit. Wir wollen nachhaltiges Handeln in alle unsere Aktivitäten integrieren. Deshalb ist Nachhaltigkeit bei Swiss Re nicht an ein Departement, zum Beispiel das CSR-Team oder an die Foundation, delegiert; es geht uns wirklich darum, Nachhaltigkeit in alle Geschäftsaktivitäten zu integrieren. Das bringt auch gewisse Herausforderungen mit sich.

Wie würde die Antwort von Swiss-Re-Mitarbeitenden auf die Frage lauten, wie sie die Nachhaltigkeitsaspekte im Arbeitsalltag wahrnehmen?

Wir sind bei Swiss Re in einer etwas speziellen Situation. Die Themen Nachhaltigkeit und Klimawandel beeinflussen direkt unser Geschäft. Hier denke ich zum Beispiel an Naturkatastrophen, wie wir sie im Sommer 2021 in Europa erlebt haben, oder das Erdbeben in Haiti kürzlich. Bei solchen Ereignissen realisierten wir immer wieder: Ja, wir haben eine wichtige Aufgabe. Denn Versicherer helfen, dass die Menschen nach Katastrophen so schnell wie möglich wieder auf die Beine kommen. Deshalb besteht eine Sensibilität zum Thema Nachhaltigkeit in unserer Belegschaft. Unser CEO Christian Mumenthaler spricht sogar davon, dass es Teil unserer DNA bei Swiss Re ist.

Nachhaltigkeit ist definitiv ein strategisches Thema für Swiss Re. Wie reflektiert sich das in der Equity Story?

Da gibt es verschiedene Gesichtspunkte. Auf der einen Seite wer-

Unser Purpose ist, die Welt widerstandsfähiger zu machen.

den unsere Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit mehr und mehr wahrgenommen. Das Thema kommt immer häufiger auf, auch in Gesprächen mit Investoren. Es ist schon fast das dominante Gesprächsthema. Das geht so weit, dass einige Equity-Analysten uns sogar einen höheren Target Share Price geben, weil sie uns als einen der führenden Player im Bereich Nachhaltigkeit definieren. Das gilt ebenso für die Rating-Agenturen. Das ist ein weiterer Grund, weshalb wir ESG-Aspekten eine hohe Priorität beimessen. ESG gewinnt im Finanzmarkt immer mehr an Bedeutung und stellt uns auch von dieser Seite vor neue Anforderungen.

Im Finanzmarkt spielen Kennzahlen, KPIs, eine wichtige Rolle. Welche KPIs aus dem Nachhaltigkeitsbereich stehen im Management von Swiss Re regelmässig auf der Agenda?

Unser Purpose ist, die Welt widerstandsfähiger zu machen. Unser KPIs sind wichtig für die gezielte Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie. Wir bewerten unsere Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit systematisch. Weil wir davon überzeugt sind, dass nur, was gemessen wird, auch realisiert werden kann. Deshalb haben

wir uns bereits vor einiger Zeit spezifische KPIs und Ziele im Nachhaltigkeitsbereich gesetzt. Dazu haben wir fünf Punkte definiert, die wir systematisch messen. Diese Themen sind auch im Compensation Framework der Swiss Re abgebildet und haben einen Einfluss bei der Festlegung der jährlichen Bonussumme für alle Mitarbeiter der Gruppe.

Wir integrieren nachhaltiges Handeln in alle unsere Aktivitäten.

Sprechen wir über das Reporting. Wie integrieren Sie die Nachhaltigkeitsaspekte in den Geschäftsbericht?

Wir sind da relativ breit aufgestellt. Swiss Re hat einen Geschäftsbericht, der das Zahlenmaterial erläutert und visuell darstellt. Weiter erstellen wir einen umfassenden Nachhaltigkeitsbericht. Hinzu kommen spezifische Online-Reports, in denen wir weitere Themen detailliert beschreiben. Derzeit erlebt das Reporting eine dynamische Entwicklung, die von einflussreichen Treibern beeinflusst wird: einerseits die regulatorische Seite, ich denke zum Beispiel an die Taxonomie der EU. Weiter plant IFRS die Lancierung eines Nachhaltigkeitsstandards. Da kommt einiges auf uns zu.

Wie arbeiten Sie mit Ihren Kolleginnen und Kollegen aus dem Investor-Relations- und dem Corporate-Communications-Team zusammen?



Die Teams pflegen einen intensiven Austausch. Dazu haben wir einen Kommunikationszirkel etabliert. Einmal im Monat treffen sich Vertreter aus dem Sustainability-Team, von Group Communications und Investor Relations und diskutieren Fragen wie: Was sind die relevanten Entwicklungen? In welchen Themen wollen wir uns mit der Sustainability-Kommunikation stärker engagieren?

Wie beeinflusst das Thema Nachhaltigkeit die Anlagepolitik von Swiss Re?

Die Versicherungsbranche stellt den drittgrössten Investitionspool der Welt dar und somit ist auch Swiss Re als Investor ein führender Player. Swiss Re hat die Investitionsstrategie schon früh auf nachhaltige Anlagen ausgerichtet und spezifische Benchmarks eingeführt. Zusätzlich werden konkrete Themen im Nachhaltigkeitsbereich forciert, zum Beispiel erneuerbare Energien oder Green Bonds. Letztlich ist es wichtig, dass alles zusammenpasst und die Strategie konsistent ist. Das gilt übergreifend für das Versicherungsgeschäft, das Asset Management und interne Prozesse. Das ist nur möglich, weil dem Geschäftsmodell von Swiss Re eine ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie zugrunde liegt.


RÜCKBLICK ZUM
WEBINAR

**REPORTING
PERSPEKTIVEN:
TRENDS - DIALOG -
NETZWERK**

Webinar zur Studie
«Online-Report-
Perspektiven»

Das Interview mit Reto Schnarwiler wurde im Rahmen des Webinars vom 29. September geführt. Im Webinar wurden zudem die neusten Erkenntnisse aus der jährlich wiederkehrenden Studie «Online-Report-Perspektiven» (ORP'21) vorgestellt. Befassen Sie sich mit der Digitalisierung Ihrer Geschäftsberichterstattung? Wollen Sie wissen, wie die Top 100 DAX- und SMI-Unternehmen ihre Online-Reports realisieren? Dieses Jahr mit dem Schwerpunktthema «Der nachhaltige CEO». Die Studie jetzt bestellen!



IMPRESSUM

THE REPORTING TIMES
ist die Zeitung des Center for Corporate Reporting (CCR), Zürich.
www.corporate-reporting.com

HERAUSGEBER
Reto Schneider

REDAKTION & PROJEKTMANAGEMENT
Helen Gloor, Walter Thomas Lutz, Stefanie Matt,
Thomas Scheiwiler, Walter Vaterlaus, Carol Winiger,
Barbara Zäch

ART DIRECTION UND DESIGN
FS Parker AG, www.fsparker.ch

ILLUSTRATIONEN
Muti (Titelseite), www.studiomuti.co.za
Anne Lück (Porträts), www.annelueck.com

PRODUKTION
Neidhart + Schön Group AG, www.nsgroup.ch

PAPIER
RecyStar® Nature, 70 g/m²
mit der freundlichen Unterstützung von Papyrus

AUFLAGE
4800 Exemplare

COPYRIGHT
Center for Corporate Reporting,
c/o Geschäftsberichte-Symposium AG,
Dorfstrasse 29, 8037 Zürich

www.corporate-reporting.com
www.gb-symposium.ch
www.reporting-times.com
www.reporting-monitor.com

