

UBS Outlook Schweiz

Für Anlegerinnen und Anleger mit Wohnsitz in der Schweiz

Mai 2021

Chief Investment Office GWM
Finanzanalyse

Nachhaltigkeit in Unternehmen

Umfrageergebnisse von rund
2500 Schweizer Unternehmen



UBS Outlook Schweiz

2. Quartal 2021

Bitte beachten Sie die wichtigen rechtlichen Informationen am Ende der Publikation.

Regional CIO Schweiz:
Dr. Daniel Kalt

Chefredaktion:
Dr. Alessandro Bee
E-Mail: alessandro.bee@ubs.com

Redaktion:
Agnes Zavala

Redaktionsschluss:
31. März 2021

Desktop:
CIO content design

Titelbild:
Getty Images; Das Ende des Rhonegletschers wird im Frühjahr mit Planen abgedeckt, damit es weniger schmilzt

Sprachen:
Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch

Kontakt:
ubs.com/cio

Editorial



Daniel Kalt
Chefökonom Schweiz

Geschätzte Leserin,
geschätzter Leser

Die wirtschaftlichen Verwerfungen der Coronakrise haben das Denken und Handeln der Schweizer Unternehmen in den letzten Quartalen bestimmt. Wir erwarten, dass die Pandemie in diesem Jahr abklingt, womit für Unternehmer auch wieder andere Herausforderungen ins Blickfeld rücken.

Eine dieser Herausforderungen ist die Entwicklung hin zu einer nachhaltigeren Wirtschaft – ein Thema, das verschiedene Facetten umfasst. Im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit nimmt die Klimapolitik eine zentrale Stellung ein. Die führenden Wirtschaftsmächte wollen ihre Treibhausgasemissionen in den nächsten Jahrzehnten auf (netto) null reduzieren. Auch in der Schweiz hat sich der Bundesrat im August 2019 zu diesem Netto-Null-Ziel bekannt. Im Herbst 2020 erfolgte dann die Totalrevision des CO₂-Gesetzes durch das Parlament; ein erster Schritt, um das Ziel bis 2050 zu erreichen. Das letzte Wort über dieses neue Gesetz hat jedoch im Juni 2021 das Schweizer Stimm-

volk. Und dieses hat bereits im Herbst 2020 gezeigt, wie wichtig ihm ist, dass Schweizer Unternehmen ihre Verantwortung auf ökologischer und sozialer Ebene wahrnehmen, sowohl im In- als auch im Ausland. Die Konzernverantwortungsinitiative scheiterte damals nur knapp am Ständemehr.

Vor diesem Hintergrund haben wir in dieser Ausgabe von *UBS Outlook Schweiz* die «Nachhaltigkeit in Unternehmen» in den Mittelpunkt unserer halbjährlichen Umfrage bei rund 2500 Schweizer Unternehmen gestellt. Mit teilweise überraschenden Ergebnissen.

Auf ubs.com/outlook-ch-de finden Sie unsere Einschätzungen zur globalen und Schweizer Konjunktur sowie zu den Perspektiven für Geldpolitik, Zinsen und Wechselkurse.

Viel Vergnügen bei der Lektüre

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'D. Kalt'.

Schweizer Unternehmen setzen auf Nachhaltigkeit

Eine überwiegende Mehrheit der hiesigen Unternehmen schenkt dem Thema Nachhaltigkeit grosse Beachtung, sowohl bezüglich ihrer Tätigkeiten hierzulande wie auch im Ausland. Seit Beginn der Coronakrise hat dieser Trend gar noch zugenommen. Im Zentrum der Nachhaltigkeit befindet sich heute die Bekämpfung des Klimawandels. Die Unternehmen stehen hinter dem Netto-Null-Emissionsziel des Bundesrates und über die Hälfte hat bereits Massnahmen zur CO₂-Reduktion ergriffen. Trotzdem bleibt für die Firmen noch viel zu tun.

Alessandro Bee, Ökonom

Die Bewältigung der Coronapandemie dominiert heute die Schlagzeilen und die Unternehmenswelt. Daneben wird aber auch das Thema Nachhaltigkeit zunehmend wichtiger, gerade vor dem Hintergrund bedeutender Weichenstellungen in der Umweltpolitik in diesem Jahr.

Nachhaltigkeit hat verschiedene Aspekte, wobei der verantwortungsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen zur ökologischen Dimension zählt. Der soziale Bereich umfasst auf globaler Ebene die Einhaltung von Menschenrechten und Arbeitsbedingungen, für die Schweiz kommen Themen wie flexible Arbeitszeiten oder gleicher Lohn für gleiche Arbeit hinzu. Eine weitere Dimension sind klare Prinzipien und Werte in der Unternehmensführung und -kontrolle, die Corporate Governance.

Umweltschutz auch in ausländischen Lieferketten wichtig

In einer im März durchgeführten Umfrage (siehe Kasten) sagen jeweils neun von zehn Unternehmen, dass sie dem Thema Nachhaltigkeit in mindestens einer der Dimensionen Umwelt, Soziales oder Unternehmensführung grosse Beachtung schenken (Abbildung 1). Wenn sich Firmen nur am Rande mit Nachhaltigkeit befassen, ist für zwei Drittel von ihnen Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema; bei Firmen, die sich ausgiebig mit der Materie befassen, ist das Thema hingegen für 95 Prozent wichtig.

Die Reduktion des Energieverbrauchs sowie Umweltschutz und Sozialstandards in der Schweiz sind einer grossen

Eckpunkte der Umfrage

Im Rahmen unserer Erhebung wurden vom 22. Februar bis zum 10. März 2021 in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Intervista 2502 Schweizer Firmen befragt.

Das Umfrage-Sample soll möglichst viele Aspekte der Schweizer Unternehmenslandschaft widerspiegeln. 72 Prozent der befragten Firmen stammen aus der Deutschschweiz, 24 Prozent aus der Westschweiz und 4 Prozent aus dem Tessin. Firmen mit

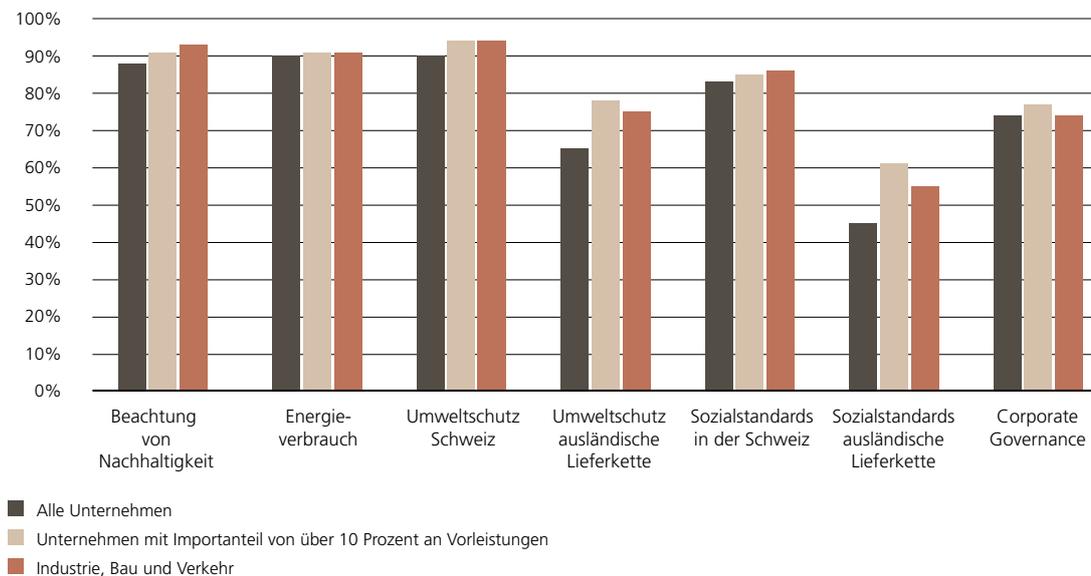
über 250 Mitarbeitenden machen 5 Prozent der Stichprobe aus, solche mit 50 bis 249 Mitarbeitenden 9 Prozent, kleine und Mikro-Unternehmen 86 Prozent. Dienstleister dominieren mit 81 Prozent der Gesamtheit.

Abbildung 1

Für neun von zehn Unternehmen ist Nachhaltigkeit wichtig oder sehr wichtig

«Wird in Ihrem Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit in einem Tätigkeitsbereich besondere Beachtung geschenkt? Wenn ja, in welchem Bereich ist Nachhaltigkeit wichtig oder besitzt sehr hohe Priorität?»

In Prozent aller Antworten*



* (für Detailfragen: in Prozent aller Unternehmen, die Nachhaltigkeit grosse Beachtung schenken)

Quellen: Intervista, UBS

Mehrheit der Unternehmen wichtig oder geniessen gar eine sehr hohe Priorität. Umweltschutz und Sozialstandards in ausländischen Lieferketten haben auf den ersten Blick einen deutlich geringeren Stellenwert. Allerdings hat ein Grossteil der Schweizer Unternehmen keine direkten ausländischen Lieferanten, zwei Drittel der befragten Firmen importieren weniger als 10 Prozent ihrer Vorleistungen. Bei Unternehmen mit einem höheren Importanteil an Vorleistungen und damit auch mit einer nennenswerten ausländischen Lieferkette sind Sozialstandards und Umweltschutz im Ausland deutlich wichtiger, wenngleich nicht auf demselben Niveau wie in der Schweiz. Allerdings ist zu beachten, dass es für Schweizer Firmen im Ausland schwieriger sein dürfte, bei Lieferanten auf eine stärkere Beachtung der Nachhaltigkeit hinzuwirken als hierzulande.

Auch auf Sektorebene legen «importlastige» Branchen wie die Industrie oder der Detailhandel einen grösseren Wert auf Umweltschutz und Sozialstandards in ausländischen Lieferketten. Ähnliches gilt für grosse Firmen, die in der Regel mehr in internationale Lieferketten eingebunden sind als kleine und mittelgrosse Unternehmen (KMU). So sind für 84 Prozent der grossen Firmen, die gleichzeitig mehr als 10 Prozent ihrer Vorleistungen importieren, Umweltschutz bei ausländischen Zulieferern wichtig oder gar sehr wichtig.

Coronapandemie verstärkt Nachhaltigkeit

Die Coronakrise hat dazu geführt, dass Unternehmen Nachhaltigkeit mehr beachten, und zwar bei sozialen Themen noch etwas ausgeprägter als bei ökologischen (Abbildung 2). Das gilt auch für Branchen, die besonders hart von der Krise getroffen wurden, wie die Gastronomie oder die Event- und Kulturbranche.

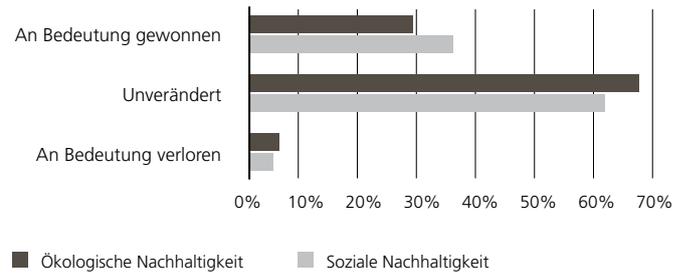
Dieses Resultat erstaunt, würde man doch vermuten, dass in einer Zeit existenzieller Überlebenskämpfe das «Luxusthema» Nachhaltigkeit für Firmen in den Hintergrund tritt. Die Umfrageergebnisse zeigen aber deutlich, dass während der Pandemie das Bewusstsein für soziale und ökonomische Nachhaltigkeit deutlich zugenommen hat und die überwiegende Mehrheit der Schweizer Firmen bereit ist, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen – sowohl auf hiesigen Schauplätzen wie auch im Ausland.

Abbildung 2

Pandemie unterstützt Nachhaltigkeit

«Wie hat die Coronakrise die Einstellung zur Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen beeinflusst?»

In Prozent aller Antworten



Quellen: Intervista, UBS

Wissensvermittlung zentral

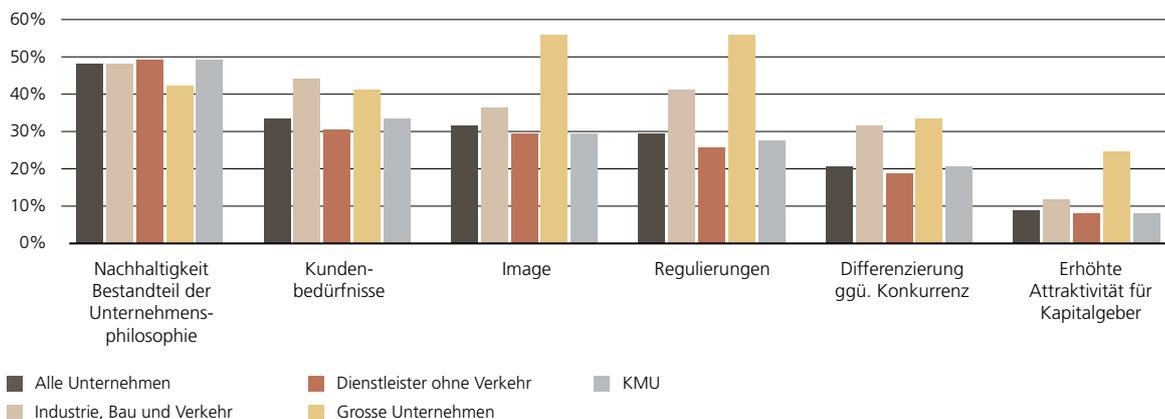
Die Unternehmen sind sich einig, dass Nachhaltigkeit wichtig ist. Die Gründe hierfür unterscheiden sich allerdings je nach Branche oder Unternehmensgrösse. Abbildung 3 zeigt, dass gut die Hälfte aller Befragten nachhaltiges Verhalten als Teil ihrer Firmenphilosophie ansieht. Für rund einen Drittel sind das Bedürfnis der Kunden, Imageüberlegungen und Regulierungen die Treiber für mehr

Abbildung 3

Nachhaltigkeit ist Bestandteil der Unternehmensphilosophie

«Welche Faktoren haben in Ihrem Unternehmen dazu geführt, Nachhaltigkeitsaspekte stärker zu beachten?»

In Prozent aller Antworten, Mehrfachantworten möglich



Quellen: Intervista, UBS

Nachhaltigkeit im Unternehmen. Strategische Punkte wie die Attraktivität des Unternehmens für Kapitalgeber spielen eine untergeordnete Rolle.

Während KMU Nachhaltigkeit vor allem umsetzen, weil sie diese als Teil ihrer DNA betrachten, haben für grössere Unternehmen Regulierungen, das Image, Kundenbedürfnisse und die Attraktivität für Kapitalgeber ein grösseres Gewicht. Ausserdem sind, anders als bei den Dienstleistern, in der Industrie die Kundenbedürfnisse und Regulierungen ungleich wichtiger. Denn letztere spielen gerade im Umweltbereich für die Industriefirmen eine ungleich stärkere Rolle.

Die verschiedenen Motive der Firmen für ein nachhaltiges Verhalten geben auch der Politik Anhaltspunkte, welche Instrumente sie auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Wirtschaft einsetzen kann. In der Spitzenposition stehen dabei für die Unternehmen das Instrument Bildung und Kommunikation: die Vermittlung von Wissen, was Nachhaltigkeit ist, was sie bewirkt, aber auch was sie kostet (Abbildung 4). Es folgen Lenkungsabgaben bei der ökologischen Nachhaltigkeit; Gebote und Verbote dagegen stossen hier auf den geringsten Anklang.

Bei der Erreichung von sozialen Zielen geniessen der Dialog (zum Beispiel über Verbände) und Gesetze mehr Rückhalt. Dieser Unterschied dürfte sich daraus ergeben, dass soziale Themen vom Gesetzgeber oft anders angegangen werden als ökologische. Während zum Beispiel in der Umweltpolitik Lenkungsabgaben weitverbreitet sind, werden beim Umgang mit den Mitarbeitenden in der Regel Mindeststandards für Arbeitsbedingungen vorgegeben.

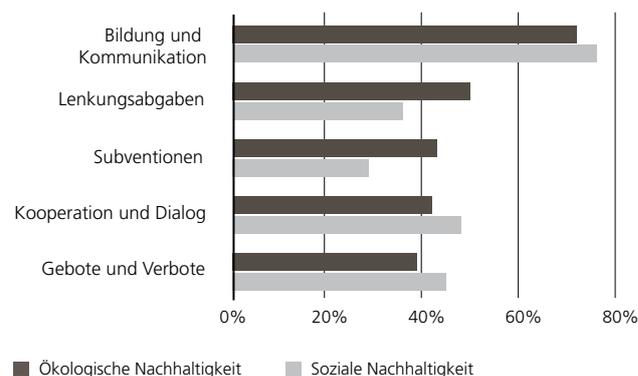
Der starke Fokus der Unternehmen auf Bildung und Kommunikation widerspiegelt die Umfrageresultate aus Abbildung 3: Für viele Firmen kommt die Motivation zur nachhaltigeren Gestaltung des Unternehmens aus dem Betrieb selber und ist nicht durch einen äusseren Anreiz (von Gesetzgebern, Kunden oder Kapitalgebern) verursacht. Das gilt insbesondere für kleinere Unternehmen im Dienstleistungssektor – der grossen Mehrheit der Schweizer Firmen. Bildung und Kommunikation helfen mit, Unternehmen für Themen der Nachhaltigkeit zu sensibilisieren. Eine Firma dürfte eher bereit sein, sich an einer Lösung zu beteiligen, wenn sie mehr über ein soziales oder ökologisches Problem sowie über mögliche Lösungsansätze weiss. In der Unternehmensumfrage geht ein höheres Wissen über Nachhaltigkeit oft mit einer stärkeren Beachtung derselben einher. Das ist beispielsweise schon bei der ersten Frage zu der Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit bei den Unternehmen gut ersichtlich.

Abbildung 4

Unternehmen wünschen sich Bildung und Kommunikation

«Welche Instrumente der Politik bevorzugen Sie zur Erreichung von Nachhaltigkeit?»

In Prozent aller Antworten, Mehrfachantworten möglich



Quellen: Intervista, UBS

Ein Grossteil der Unternehmen verfügt über Wissen zum Thema Nachhaltigkeit. Nur 25 Prozent der Unternehmen geben an, dass sie keine oder kaum Kenntnisse diesbezüglich besitzen oder ihnen nur die Grundbegriffe bekannt sind. Die Hälfte setzt sich aktiv mit Nachhaltigkeit auseinander, ein Viertel gibt an, detaillierte Kenntnisse zum Thema zu besitzen. Grosse Firmen verfügen über deutlich mehr Wissen als KMU, was nicht verwunderlich ist, da oft nur grosse Firmen die Ressourcen haben, sich intensiv mit dem Thema auseinanderzusetzen. Über die einzelnen Branchen hinweg variiert der Kenntnisstand allerdings nur wenig. Das heisst, dass Branchen, die von Regulierungen stärker betroffen sind wie Industrie oder Verkehr, sich nur leicht stärker mit dem Thema auseinandergesetzt haben als Dienstleister.

Die Politik setzt, beispielsweise im revidierten CO₂-Gesetz, in erster Linie auf die klassischen Instrumente wie Lenkungsabgaben und Vorschriften. Daneben ist aber mehr Wissen zum Thema Nachhaltigkeit ein Bedürfnis der Firmen, gerade auf der KMU-Ebene. Bildung und Kommunikation ersetzen die anderen Instrumente zwar nicht, können aber helfen, die Nachhaltigkeit bei den Unternehmen besser zu verankern, insbesondere wenn es um komplexe und teilweise kontrovers diskutierte Themen wie den Klimawandel geht.

Breite Unterstützung für Netto-Null-Ziel

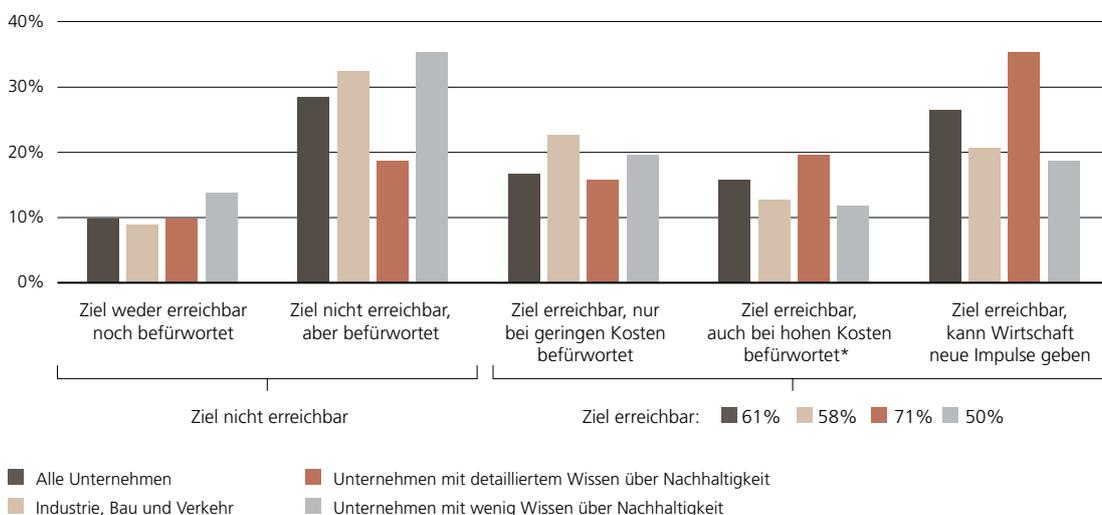
Der Kampf gegen die globale Klimaerwärmung ist denn auch der bedeutendste Aspekt innerhalb der Nachhaltigkeitsthematik. Um den weltweiten Temperaturanstieg langfristig unter 1,5 Grad zu halten, soll der Treibhausgasausstoss bis 2050 auf null reduziert werden. Dabei handelt es sich in erster Linie um Kohlendioxid-Ausstoss (CO₂). Da gewisse Emissionen kaum verhindert werden können, muss für die Zielerreichung auch CO₂ aus der Atmosphäre gebunden werden, weshalb man von einem Netto-Null-Emissionsziel spricht.

Der Bundesrat hat 2019 beschlossen, diesen langfristigen und ambitionierten Plan zu verfolgen. 60 Prozent der Unternehmen halten dieses Ziel für erreichbar (Abbildung 5). Es muss der Politik aber gelingen, mehr Unternehmen davon zu überzeugen, dass eine massive Reduktion von CO₂-Emissionen überhaupt erreichbar ist, um deren Motivation zu erhöhen, zum Netto-Null-Ziel beizutragen. Hier kann die Wissensvermittlung eine zentrale Rolle spielen. Wenn Unternehmen nur wenig über Nachhaltigkeit

wissen, halten lediglich 50 Prozent das Ziel für erreichbar. Geben Unternehmen aber an, detailliertes Wissen zum Thema zu besitzen, steigt dieser Wert auf 71 Prozent.

Eine deutliche Mehrheit der Unternehmen begrüsst aber das Netto-Null-Ziel, trotz einer gewissen Skepsis, ob es erreicht werden kann. Selbst bei Firmen, die nicht davon überzeugt sind, dass das Ziel erreicht werden kann, halten es drei Viertel trotzdem für begrüßenswert. Bei den Unternehmen, die Netto-Null für erreichbar halten, begrüßen ebenfalls drei Viertel das Ziel, selbst wenn dabei nicht geringe Kosten anfallen. Dies, weil sie befürchten, dass der Klimawandel zu noch höheren Kosten führen könnte oder weil sie sich gar neue Impulse für die Wirtschaft erhoffen. Die Sektoren Industrie, Bau und Verkehr zeigen sich «kostensensitiver» als der Durchschnitt der Firmen. Diese Branchen sind energieintensiver und müssen daher zur Erreichung der Netto-Null-Ziele auch mehr Opfer bringen, was die etwas geringere Unterstützung erklärt.

Abbildung 5
 Unternehmen stehen hinter dem Netto-Null-Ziel
 «Befürworten Sie das Netto-Null-Ziel und halten Sie es für erreichbar?»
 In Prozent aller Antworten



* weil Klimawandel zu noch höheren Kosten führen könnte

Quellen: Intervista, UBS

Rund die Hälfte der Firmen hat Massnahmen zur CO₂-Reduktion ergriffen ...

Die Netto-Null-Zielsetzung kann grundsätzlich über vier Wege erreicht werden: Reduktion des Energiekonsums hierzulande, Ausbau der sauberen Energie im Inland, bereits bestehendes CO₂ über Negativemissionstechnologien abbauen oder die Treibhausgasemissionen im Ausland senken. Der Ausbau von CO₂-neutralen Energieträgern im Inland wird von 80 Prozent der befragten Firmen als ihre erste oder zweite Priorität bezeichnet, gefolgt von einer Verringerung des Energieverbrauchs im Inland. Die Förderung von Technologien, um der Atmosphäre CO₂ zu entziehen, oder der CO₂-Abbau im Ausland (von der Schweiz finanziert) sind deutlich weniger populär (Abbildung 6). Dabei würden die zwei letzteren Wege für die Unternehmen den geringsten Anpassungsbedarf bedeuten. Das zeigt, dass Schweizer Firmen durchaus zu Veränderungen bereit sind, um den Klimawandel zu bekämpfen. Einschränkend muss erwähnt werden, dass die tiefe Priorität der letzten zwei Instrumente auch daran liegen könnte, dass sie weniger bekannt sind.

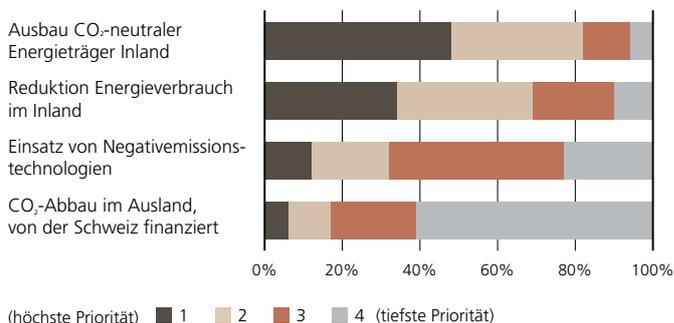
Knapp über die Hälfte der Unternehmen hat bereits konkrete Schritte zur deutlichen Reduktion des CO₂-Ausstosses unternommen, sich hierfür verpflichtet oder innerhalb der Firma ein Konzept dafür ausgearbeitet (Abbildung 7). Bei Industrie und Verkehr sind es gut 60 Prozent, bei grossen Firmen sogar fast 70 Prozent. Ein weiteres Fünftel würde Massnahmen ins Auge fassen, falls das totalrevidierte CO₂-Gesetz in Kraft tritt. Nur für gut ein Viertel geniesst die Reduktion von Kohlendioxid keine Priorität. Das muss aber nicht bedeuten, dass diese Firmen diesem Thema grundsätzlich kritisch gegenüber stehen. In der letzten Gruppe sind die Dienstleister übervertreten, von denen viele nur einen kleinen CO₂-Fussabdruck besitzen und daher auch nicht gezwungen sind, Treibhausgasemissionen im grossen Still zu reduzieren.

Abbildung 6

Ausbau CO₂-neutraler Energie hat Priorität

«Welcher Weg sollte in einer Netto-Null-Strategie Priorität besitzen?»

In Prozent aller Antworten, 1=höchste Priorität bis 4=tiefste Priorität



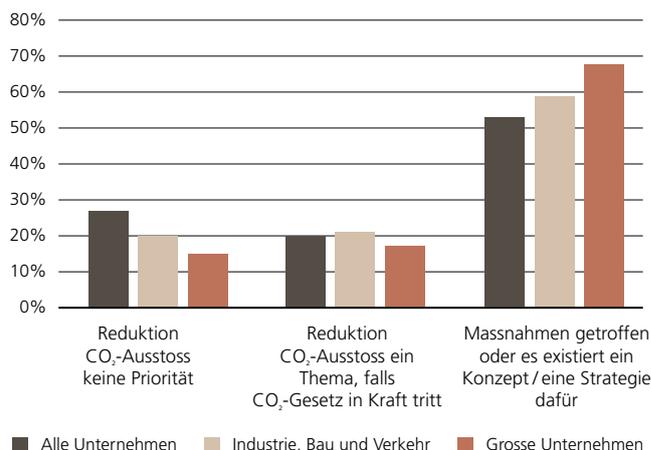
Quellen: Intervista, UBS

Abbildung 7

Unternehmen packen CO₂-Reduktion an

«Hat Ihr Unternehmen bereits Massnahmen ergriffen, um den CO₂-Ausstoss deutlich zu verringern, oder bestehen dafür Konzepte oder eine Verpflichtung?»

In Prozent aller Antworten



Quellen: Intervista, UBS

... trotzdem bleibt noch viel zu tun

Obschon viele Firmen bereits heute Massnahmen zur Reduktion von Kohlendioxid ergriffen haben oder es nach einer allfälligen Annahme des CO₂-Gesetzes zu tun planen, liegt noch ein weiter Weg vor ihnen. Der Bundesrat will den Treibhausgasausstoss bis 2030 gegenüber 1990 um die Hälfte reduzieren – tritt das neue Gesetz in Kraft, wäre dieses Zwischenziel auch verbindlich. Gegenüber heute müssten die Emissionen um circa 40 Prozent vermindert werden. Ein Viertel der Reduktionen kann im Ausland vorgenommen werden, auch wenn das bei den Unternehmen keine Priorität geniesst. Um das Ziel sicher zu erreichen, müsste der Verbrauch von fossilen Energieträgern bei Firmen um mindestens 25 bis 30 Prozent verringert werden. Dies unter der Annahme, dass die Unternehmen sich im gleichen Masse wie die Haushalte an der Reduktion beteiligen, und vor dem Hintergrund, dass der allergrösste Teil der CO₂-Emissionen aus der Verbrennung von fossilen Energieträgern stammt.

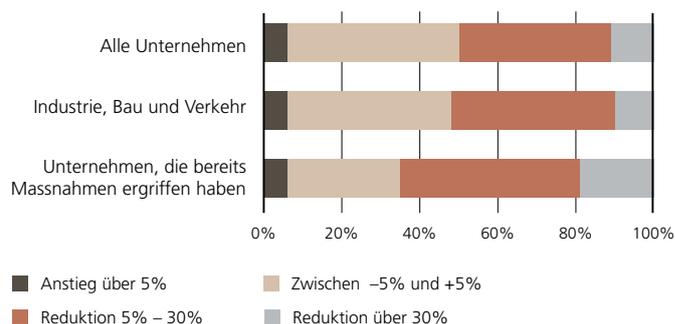
Viele Unternehmen erwarten bei sich eine Reduktion des Verbrauchs von fossilen Energieträgern, eine starke Verminderung sehen jedoch nur die wenigsten. Heute geht nur eines von zehn Unternehmen davon aus, dass es seinen Verbrauch fossiler Energieträger um mehr als 30 Prozent senken kann (Abbildung 8). In den stärker betroffenen Sektoren Industrie, Bau und Verkehr ist der Anteil in etwa gleich gross. Auch bei Firmen, die bereits Massnahmen ergriffen haben, erwartet ebenfalls nur knapp ein Fünftel, den Verbrauch um mehr als 30 Prozent zu mindern. Die Schweizer Unternehmen stehen hinter dem Netto-Null-Ziel und sind zu Veränderungen bereit, trotzdem bleibt für die Firmen noch viel zu tun, um das Ziel zu erreichen.

Abbildung 8

Nur wenige Unternehmen planen massive Reduktion von fossilen Energieträgern

«Um wie viel wird sich der Verbrauch von fossilen Energieträgern (Kohle, Heizöl, Benzin / Diesel, Erdgas) im Unternehmen bis 2030 verändern?»

In Prozent aller Antworten



Quellen: Intervista, UBS

Die Anlagebeurteilungen des Chief Investment Office von UBS («CIO») werden durch Global Wealth Management von UBS Switzerland AG (in der Schweiz durch die FINMA beaufsichtigt) oder deren verbundenen Unternehmen («UBS») produziert und veröffentlicht.

Die Anlagebeurteilungen wurden im Einklang mit den gesetzlichen Erfordernissen zur Förderung der **Unabhängigkeit des Anlageresearch erstellt**.

Allgemeines Anlageresearch – Risikohinweise:

Diese Publikation dient **ausschliesslich zu Ihrer Information** und stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung zur Offertenstellung zum Kauf oder Verkauf von Anlage- oder anderen spezifischen Produkten dar. Die in dieser Publikation enthaltene Analyse ist nicht als persönliche Empfehlung aufzufassen und berücksichtigt weder die Anlageziele noch die Anlagestrategien oder die finanzielle Situation oder Bedürfnisse einer bestimmten Person. Sie basiert auf zahlreichen Annahmen. Unterschiedliche Annahmen können zu materiell unterschiedlichen Ergebnissen führen. Bestimmte Dienstleistungen und Produkte unterliegen gesetzlichen Beschränkungen und können deshalb nicht unbeschränkt weltweit angeboten und/oder von allen Investoren erworben werden. Alle in dieser Publikation enthaltenen Informationen und Meinungen stammen aus als zuverlässig und glaubwürdig eingestuften Quellen, trotzdem lehnen wir jede vertragliche oder stillschweigende Haftung für falsche oder unvollständige Informationen ab (ausgenommen sind Offenlegungen, die sich auf UBS beziehen). Alle Informationen und Meinungen sowie angegebene Prognosen, Einschätzungen und Marktpreise sind nur zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Publikation aktuell und können sich jederzeit ohne Vorankündigung ändern. Hierin geäusserte Meinungen können von den Meinungen anderer Geschäftsbereiche von UBS abweichen oder diesen widersprechen, da sie auf der Anwendung unterschiedlicher Annahmen und/oder Kriterien basieren.

Dieses Dokument oder die darin enthaltenen Informationen (einschliesslich Prognosen, Werte, Indizes oder sonstiger berechneter Beträge («Werte»)) dürfen unter keinen Umständen für folgende Zwecke verwendet werden: (i) für Bewertungs- oder buchhalterische Zwecke; (ii) zur Bestimmung der fälligen oder zahlbaren Beträge, Preise oder Werte von Finanzinstrumenten oder -verträgen; oder (iii) zur Messung der Performance von Finanzinstrumenten, einschliesslich zwecks Nachverfolgung der Rendite oder Performance eines Werts, Festlegung der Vermögensallokation des Portfolios oder Berechnung der Performance Fees. UBS und ihre Direktoren oder Mitarbeiter könnten berechtigt sein, jederzeit Long- oder Short-Positionen in hierin erwähnten Anlageinstrumenten zu halten, in ihrer Eigenschaft als Auftraggeber oder Mandatsträger Transaktionen mit relevanten Anlageinstrumenten auszuführen oder für den Emittenten beziehungsweise eine mit diesem Emittenten wirtschaftlich oder finanziell verbundene Gesellschaft bzw. das Anlageinstrument selbst andere Dienstleistungen zu erbringen. Zudem könnten Mitglieder der Konzernleitung bei der Emittentin oder einer mit ihr verbundenen Gesellschaft als Verwaltungsräte tätig sein. Die von UBS und ihren Mitarbeitern getroffenen Anlageentscheidungen (einschliesslich der Entscheidung, Wertpapiere zu kaufen, verkaufen oder zu halten) könnten von den in den Research-Publikationen von UBS geäusserten Meinungen abweichen oder ihnen widersprechen. Bei Illiquidität des Wertpapiermarkts kann es vorkommen, dass sich gewisse Anlageprodukte nicht sofort realisieren lassen. Aus diesem Grund ist es manchmal schwierig, den Wert Ihrer Anlage und die Risiken, denen Sie ausgesetzt sind, zu quantifizieren. UBS setzt Informationsbarrieren ein, um den Informationsfluss aus einem oder mehreren Bereichen innerhalb von UBS in andere Bereiche, Einheiten, Divisionen oder verbundene Unternehmen von UBS zu steuern. Der Termin- und Optionenhandel eignet sich nicht für jeden Anleger, da ein erhebliches Verlustrisiko besteht und die Verluste den ursprünglich investierten Betrag übersteigen können. Die Wertentwicklung einer Anlage in der Vergangenheit stellt keine Gewähr für künftige Ergebnisse dar. Weitere Informationen sind auf Anfrage erhältlich. Manche Anlagen können plötzlichen und erheblichen Wertverlusten unterworfen sein. Bei einer Liquidation Ihrer Anlagewerte kann es vorkommen, dass Sie weniger zurückerhalten als Sie investiert haben, oder dass man Sie zu einer Zusatzzahlung verpflichtet. Wechselkursschwankungen können sich negativ auf den Preis, Wert oder den Ertrag einer Anlage auswirken. Der/Die Analyst(en), der/die diesen Bericht erstellt hat/haben, kann/können zum Zweck der Sammlung, Zusammenfassung und Interpretation von Marktinformationen mit Mitarbeitern des Trading Desk und des Vertriebs sowie anderen Gruppen interagieren.

Die steuerliche Behandlung hängt von der individuellen Situation ab und kann sich in Zukunft ändern. UBS erbringt keine Rechts- oder Steuerberatung und macht keinerlei Zusicherung im Hinblick auf die steuerliche Behandlung von Vermögenswerten oder deren Anlagerenditen – weder im Allgemeinen noch in Bezug auf die Verhältnisse und Bedürfnisse eines spezifischen Kunden. Wir können nicht auf die persönlichen Anlageziele, finanziellen Situationen und Bedürfnisse unserer einzelnen Kunden eingehen und empfehlen Ihnen deshalb, vor jeder Investition Ihren Finanz- und/oder Steuerberater bezüglich möglicher – einschliesslich steuertechnischer – Auswirkungen zu konsultieren.

Dieses Material darf ohne vorherige Einwilligung von UBS nicht reproduziert werden. Sofern nicht etwas anderes schriftlich vereinbart wurde, untersagt UBS ausdrücklich jegliche Verteilung und Weitergabe dieses Materials an Dritte. UBS übernimmt keinerlei Haftung für Ansprüche oder Klagen von Dritten, die aus dem Gebrauch oder der Verteilung dieses Materials resultieren. Die Verteilung dieser Publikation darf nur im Rahmen der dafür geltenden Gesetzgebung stattfinden. Informationen darüber, wie das CIO Konflikte regelt und die Unabhängigkeit seiner Anlagebeurteilungen, des Publikationsangebots, des Research sowie der Ratingmethoden aufrechterhält, finden Sie unter www.ubs.com/research. Weitere Informationen über die jeweiligen Autoren dieser und anderer CIO-Publikationen, auf die in diesem Bericht verwiesen wird, sowie Kopien von vergangenen Berichten zu diesem Thema können Sie bei Ihrem Kundenberater bestellen.

Optionen und Futures eignen sich nicht für alle Anleger, und der Handel mit diesen Instrumenten ist mit Risiken behaftet und möglicherweise nur für erfahrene Anleger geeignet. Vor dem Kauf oder Verkauf einer Option und um sich einen Überblick über alle mit Optionen verbundenen Risiken zu verschaffen, benötigen Sie ein Exemplar des Dokuments «Characteristics and Risks of Standardized Options» (Merkmale und Risiken standardisierter Optionen). Sie können dieses Dokument unter <https://www.theocc.com/about/publications/character-risks.jsp> lesen oder bei Ihrem Finanzberater ein Exemplar verlangen.

Die Investition in strukturierte Anlagen ist mit erheblichen Risiken verbunden. Für eine detaillierte Beschreibung der Risiken, die mit der Investition in eine bestimmte strukturierte Anlage verbunden sind, müssen Sie die betreffenden Angebotsunterlagen für diese Anlage lesen. Strukturierte Anlagen sind unbesicherte Verpflichtungen eines bestimmten Emittenten, wobei die Renditen an die

Wertentwicklung eines Basiswerts gebunden sind. Je nach Ausgestaltung der Anlagebedingungen können Anleger aufgrund der Wertentwicklung des Basiswerts den Anlagebetrag ganz oder zu einem erheblichen Teil verlieren. Anleger können zudem den gesamten Anlagebetrag verlieren, wenn der Emittent zahlungsunfähig wird. UBS Financial Services Inc. übernimmt keinerlei Garantie für die Verpflichtungen oder die finanzielle Lage eines Emittenten oder die Richtigkeit seiner bereitgestellten Finanzinformationen. Strukturierte Anlagen sind keine traditionellen Anlagen, und eine Investition in eine strukturierte Anlage ist nicht mit einer Direktanlage in den Basiswert gleichzusetzen. Strukturierte Anlagen sind möglicherweise begrenzt oder gar nicht liquide, und Anleger sollten sich darauf einstellen, ihre Anlage bis zur Fälligkeit zu halten. Die Rendite strukturierter Anlagen kann durch einen maximalen Gewinn, eine Partizipationsrate oder ein anderes Merkmal begrenzt sein. Strukturierte Anlagen können mit Kündigungsmöglichkeiten ausgestaltet sein. Wenn eine strukturierte Anlage vorzeitig gekündigt wird, würden Anleger in einem solchen Fall keine weitere Rendite erzielen und könnten möglicherweise nicht in ähnliche Anlagen mit ähnlich ausgestalteten Bedingungen reinvestieren. Die Kosten und Gebühren für strukturierte Anlagen sind in der Regel im Preis der Anlage enthalten. Die steuerliche Behandlung einer strukturierten Anlage kann aufwendig sein und sich von der steuerlichen Behandlung einer Direktanlage in den Basiswert unterscheiden. UBS Financial Services Inc. und ihre Mitarbeitenden erbringen keine Steuerberatung. Anleger sollten im Zusammenhang mit ihrer persönlichen Steuersituation ihren eigenen Steuerberater konsultieren, bevor sie in Wertpapiere investieren.

Wichtige Informationen über nachhaltige Anlagestrategien: Nachhaltige Anlagestrategien versuchen, die Faktoren Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG) beim Anlageprozess und Portfolioaufbau miteinzubeziehen. So verschieden die Strategien je nach geografischer Region und Anlagestil sind, so unterschiedlich ist deren Vorgehen bezüglich ESG-Analysen und der Einbeziehung der daraus resultierenden Erkenntnisse. Wenn ein Portfoliomanager ESG-Faktoren oder Nachhaltigkeitskriterien einbezieht, kann er bestimmte Anlagechancen möglicherweise nicht nutzen, die ansonsten zu seinem Anlageziel und anderen grundsätzlichen Anlagestrategien passen würden. Die Erträge eines Portfolios, das hauptsächlich aus nachhaltigen Anlagen besteht, sind unter Umständen geringer oder höher als die eines Portfolios, bei dem der Portfoliomanager keine ESG-Faktoren, Ausschlusskriterien oder andere Nachhaltigkeitsthemen berücksichtigt. Zudem kann ein solches Portfolio Unterschiede hinsichtlich der Anlagechancen aufweisen. Unternehmen erfüllen möglicherweise nicht bei allen Aspekten für ESG oder nachhaltiges Investieren hohe Performancestandards. Es gibt auch keine Garantie, dass ein Unternehmen die Erwartungen bezüglich der Corporate Responsibility, Nachhaltigkeit und/oder Wirkung erfüllt.

Externe Vermögensverwalter / Externe Finanzberater: Für den Fall, dass dieses Research oder die Publikation an einen externen Vermögensverwalter oder Finanzberater ausgegeben wird, untersagt UBS dem externen Vermögensverwalter oder Finanzberater ausdrücklich, diese an ihre Kunden und/oder Dritte weiterzugeben beziehungsweise zur Verfügung zu stellen.

USA: Diese Publikation darf weder in den USA noch an «US persons» verteilt werden.

Länderinformationen finden Sie unter ubs.com/cio-country-disclaimer-gr oder fragen Sie Ihren Kundenberater nach vollständigen Risikoinformationen.

Fassung C / 2020. CIO82652744

© UBS 2021. Das Schlüsselsymbol und UBS gehören zu den eingetragenen bzw. nicht eingetragenen Markenzeichen von UBS. Alle Rechte vorbehalten.