

# ENGAGEMENTBERICHT

Zeitraum: 01.01.2025 - 31.03.2025

## PORTFOLIO(S)

| NAME DES PORTFOLIOS | ZUSAMMENSETZUNG PER | ANZAHL UNTERNEHMEN | ANZAHL DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN | VERWALTETE VERMÖGEN ANVISIERT |
|---------------------|---------------------|--------------------|------------------------------------|-------------------------------|
| Previs 2025         | 03.01.2022          | 99                 | 97                                 | 98.1%                         |
| <b>TOTAL 1</b>      |                     |                    |                                    |                               |

## WICHTIGE ZAHLEN ZUM ENGAGEMENT

97

ANVISIERTE UNTERNEHMEN  
(VON 99)

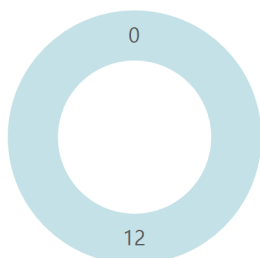
98%

VERWALTETE VERMÖGEN  
ANVISIERT

12

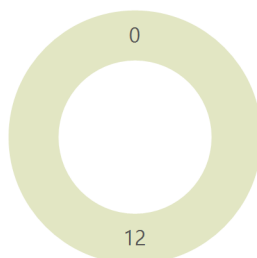
KAMPAGNEN

## KENNZAHLEN ZU DEN RELEVANTEN KAMPAGNEN



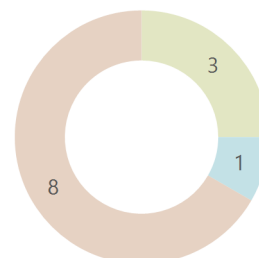
EINMALIG VS. WIEDERKEHREND

Einmalig Wiederkehrend



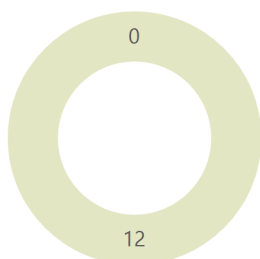
ART

Direkt Kollektiv



SÄULE

Umwelt Soziales Governance



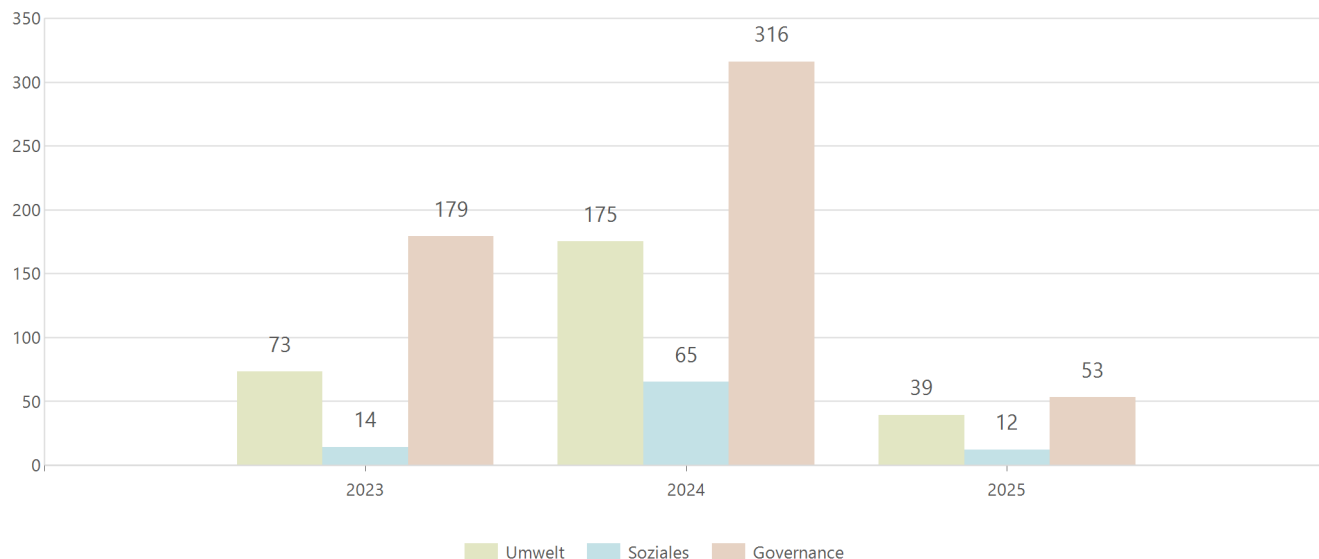
STATUS AM 31.03.2025

Laufend Abgeschlossen

# ÜBERBLICK

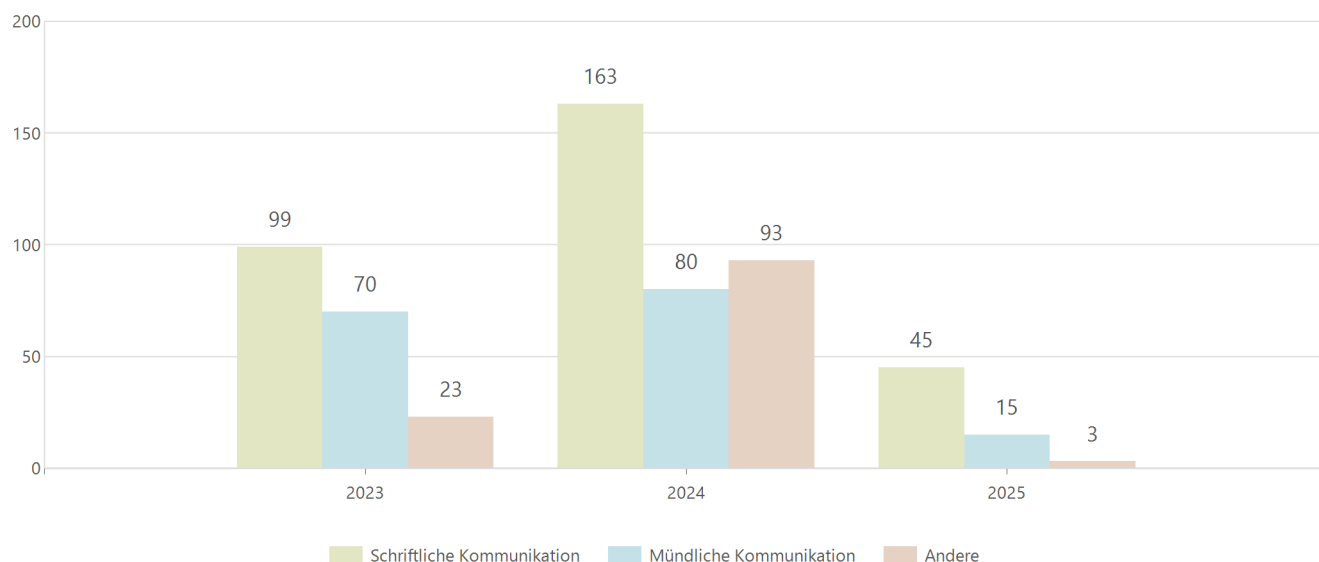
# 1. ÜBERBLICK

## 1.1 ENGAGEMENT-AKTIVITÄTEN NACH SÄULE \*



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

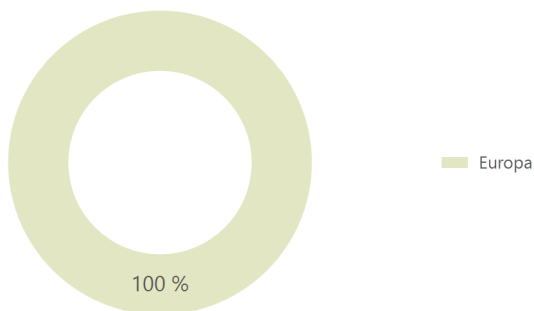
## 1.2 ENGAGEMENT-AKTIVITÄTEN NACH ART



### 1.3 VERTEILUNG DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN NACH THEMA

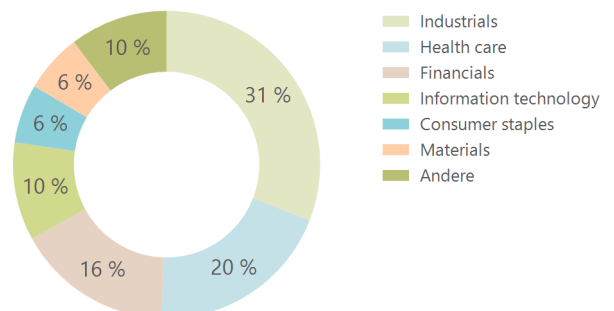
| THEMEN                                    | ANZAHL DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN |                          |           | % AUM         |
|-------------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|-----------|---------------|
|                                           | IN DEN KAMPAGNEN VON ETHOS         | IN KOLLEKTIVEN KAMPAGNEN | TOTAL     |               |
| <b>Umwelt</b>                             |                                    |                          | <b>97</b> | <b>98.1 %</b> |
| Klimawandel                               | 95                                 | 2                        | 97        | 98.1 %        |
| Umweltauswirkung                          | 3                                  | 0                        | 3         | 3.9 %         |
| Biodiversität                             | 3                                  | 0                        | 3         | 3.9 %         |
| <b>Soziales</b>                           |                                    |                          | <b>97</b> | <b>98.1 %</b> |
| Arbeitnehmerrechte                        | 94                                 | 3                        | 97        | 98.1 %        |
| Einhaltung der Menschenrechte             | 94                                 | 3                        | 97        | 98.1 %        |
| Gesundheit & Sicherheit                   | 94                                 | 3                        | 97        | 98.1 %        |
| <b>Governance</b>                         |                                    |                          | <b>97</b> | <b>98.1 %</b> |
| Vergütung                                 | 92                                 | 5                        | 97        | 98.1 %        |
| Geschäftsethik                            | 94                                 | 3                        | 97        | 98.1 %        |
| Zusammensetzung und Funktionsweise des VR | 94                                 | 3                        | 97        | 98.1 %        |
| Steuerverantwortung                       | 92                                 | 5                        | 97        | 98.1 %        |
| ES reporting                              | 94                                 | 3                        | 97        | 98.1 %        |
| Nachhaltigkeitsstrategie                  | 94                                 | 3                        | 97        | 98.1 %        |
| Diversität                                | 96                                 | 1                        | 97        | 98.1 %        |
| Verhaltenskodex                           | 94                                 | 3                        | 97        | 98.1 %        |
| Verfügbarkeit von ESG-Richtlinien         | 94                                 | 3                        | 97        | 98.1 %        |
| Digitale Verantwortung                    | 43                                 | 4                        | 47        | 49.5 %        |

### 1.4 VERTEILUNG DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN NACH STANDORT



| STANDORT      | ANZAHL    | %             |
|---------------|-----------|---------------|
| <b>Europa</b> | <b>97</b> | <b>100.0%</b> |
| Schweiz       | 96        | 99.0%         |
| Österreich    | 1         | 1.0%          |
| <b>TOTAL</b>  | <b>97</b> | <b>100%</b>   |

### 1.5 VERTEILUNG DER ANVISIERTEN UNTERNEHMEN NACH SEKTOREN



| SEKTOR                                         | ANZAHL    | %            |
|------------------------------------------------|-----------|--------------|
| <b>Industrials</b>                             | <b>30</b> | <b>30.9%</b> |
| Capital goods                                  | 26        | 26.8%        |
| Commercial & professional services             | 2         | 2.1%         |
| Transportation                                 | 2         | 2.1%         |
| <b>Health care</b>                             | <b>19</b> | <b>19.6%</b> |
| Pharmaceuticals, biotechnology & life sciences | 13        | 13.4%        |
| Health care equipment & services               | 6         | 6.2%         |

| SEKTOR                                       | ANZAHL    | %            |
|----------------------------------------------|-----------|--------------|
| <b>Financials</b>                            | <b>16</b> | <b>16.5%</b> |
| Financial Services                           | 8         | 8.2%         |
| Insurance                                    | 5         | 5.2%         |
| Banks                                        | 3         | 3.1%         |
| <b>Information technology</b>                | <b>10</b> | <b>10.3%</b> |
| Technology hardware & equipment              | 8         | 8.2%         |
| Semiconductors & semiconductor equipment     | 1         | 1.0%         |
| Software & services                          | 1         | 1.0%         |
| <b>Consumer staples</b>                      | <b>6</b>  | <b>6.2%</b>  |
| Food, beverage & tobacco                     | 6         | 6.2%         |
| <b>Materials</b>                             | <b>6</b>  | <b>6.2%</b>  |
| Materials                                    | 6         | 6.2%         |
| <b>Real estate</b>                           | <b>5</b>  | <b>5.2%</b>  |
| Real Estate Management & Development         | 5         | 5.2%         |
| <b>Consumer discretionary</b>                | <b>3</b>  | <b>3.1%</b>  |
| Consumer durables & apparel                  | 2         | 2.1%         |
| Consumer Discretionary Distribution & Retail | 1         | 1.0%         |
| <b>Communication services</b>                | <b>1</b>  | <b>1.0%</b>  |
| Telecommunication services                   | 1         | 1.0%         |
| <b>Utilities</b>                             | <b>1</b>  | <b>1.0%</b>  |
| Utilities                                    | 1         | 1.0%         |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>97</b> | <b>100%</b>  |

# ENGAGEMENT PER SÄULE

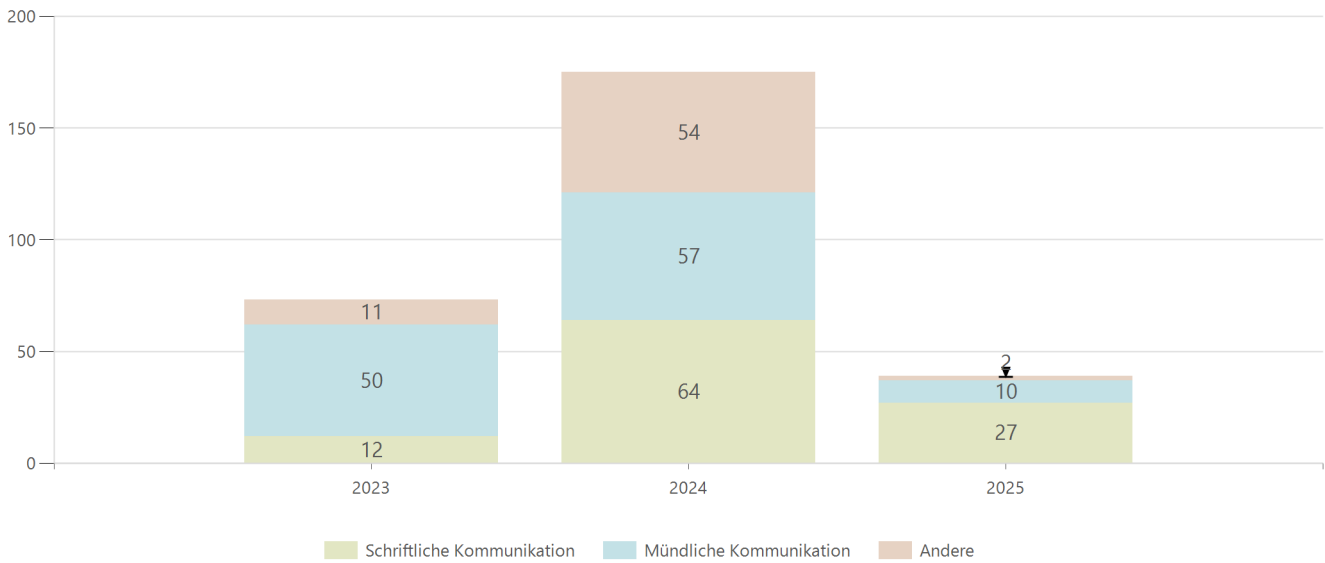
# 2. UMWELT

## 2.1 ÜBERBLICK ÜBER DIE ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

| NAME DER KAMPAGNE                                                                          | ANZAHL UNTERNEHMEN |       | KAMPAGNE<br>UNTERSCHRIEBEN<br>AM |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------|----------------------------------|
|                                                                                            | IM PORTFOLIO       | TOTAL |                                  |
| Strategie und Risikomanagement von Schweizer Unternehmen in Sachen Klimawandel             | 97                 | 150   | 20.07.2021                       |
| Strategie und Risikomanagement von Schweizer Unternehmen in Sachen Natur und Biodiversität | 3                  | 3     | 16.02.2024                       |
| Wissenschaftlich-fundierte Klimaziele                                                      | 38                 | 50    | 07.02.2025                       |
| TOTAL 3                                                                                    |                    |       |                                  |

Die von Ethos initiierten Kampagnen sind fettgedruckt.

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



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

## 2.3 EINZELHEITEN DER ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

### STRATEGIE UND RISIKOMANAGEMENT VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN IN SACHEN KLIMAWANDEL

#### SDG

|                     |
|---------------------|
| SDG 13: Klimaschutz |
|---------------------|

#### UNGC-PRINZIPIEN

|                                          |
|------------------------------------------|
| Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen |
|------------------------------------------|

|                                             |
|---------------------------------------------|
| Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins |
|---------------------------------------------|

|                                                      |
|------------------------------------------------------|
| Prinzip 9: Förderung umweltfreundlicher Technologien |
|------------------------------------------------------|

#### ZUSAMMENFASSUNG

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

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

#### ERGEBNIS-ÜBERSICHT

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

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

Zwischen 2022 und 2023 nahmen die Gesamtemissionen von Holcim um 3 Millionen Tonnen (von 130 auf 127 Millionen Tonnen) ab. Auch bei Nestlé war im gleichen Zeitraum ein deutlicher Rückgang um fast 15 Millionen Tonnen (von 102.4 auf 87.5 Millionen Tonnen) zu verzeichnen. Darüber hinaus haben sich diese beiden Unternehmen von der SBTi genehmigte CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele gesetzt.

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

# STRATEGIE UND RISIKOMANAGEMENT VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN IN SACHEN NATUR UND BIODIVERSITÄT

## SDG

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

## UNGC-PRINZIPIEN

|                                             |
|---------------------------------------------|
| Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins |
|---------------------------------------------|

## ZUSAMMENFASSUNG

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

## ERGEBNIS-ÜBERSICHT

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

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

## WISSENSCHAFTLICH-FUNDIERTE KLIMAZIELE

### SDG

|                     |
|---------------------|
| SDG 13: Klimaschutz |
|---------------------|

### UNGC-PRINZIPIEN

|                                          |
|------------------------------------------|
| Prinzip 7: Vorbeugen von Umweltproblemen |
|------------------------------------------|

|                                             |
|---------------------------------------------|
| Prinzip 8: Förderung des Umweltbewusstseins |
|---------------------------------------------|

|                                                      |
|------------------------------------------------------|
| Prinzip 9: Förderung umweltfreundlicher Technologien |
|------------------------------------------------------|

### ZUSAMMENFASSUNG

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

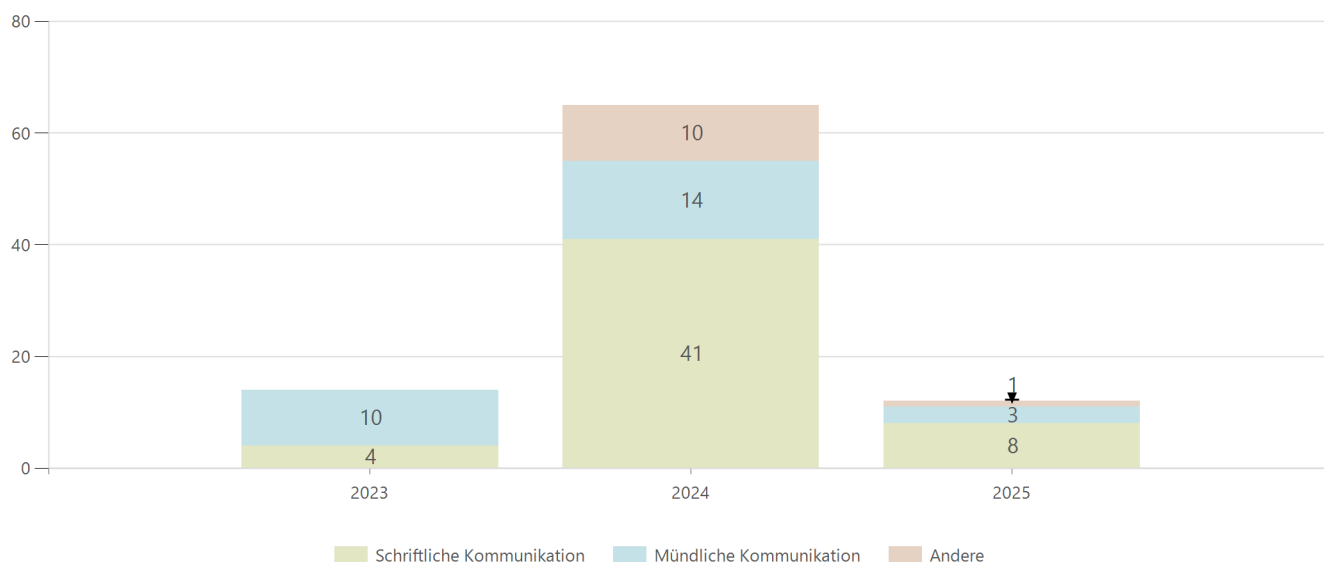
# 3. SOZIALES

## 3.1 ÜBERBLICK ÜBER DIE ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

| NAME DER KAMPAGNE                                                                     | ANZAHL UNTERNEHMEN |       | KAMPAGNE<br>UNTERSCHRIEBEN<br>AM |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------|----------------------------------|
|                                                                                       | IM PORTFOLIO       | TOTAL |                                  |
| <b>Arbeitsbedingungen und Einhaltung der Menschenrechte von Schweizer Unternehmen</b> | 97                 | 150   | 19.04.2022                       |
| <b>TOTAL 1</b>                                                                        |                    |       |                                  |

Die von Ethos initiierten Kampagnen sind fettgedruckt.

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



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

### 3.3 EINZELHEITEN DER ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

## ARBEITSBEDINGUNGEN UND EINHALTUNG DER MENSCHENRECHTE VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

#### SDG

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

#### UNGC-PRINZIPIEN

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

#### ZUSAMMENFASSUNG

Nach der Ablehnung der Konzernverantwortungsinitiative im November 2020 wird der Gegenvorschlag mit einer Transparenzpflicht in Kraft treten, wobei die Sorgfaltspflicht nur eine sehr kleine Anzahl von Unternehmen betreffen wird. Ethos ist der Ansicht, dass die Verordnung über die Sorgfalts- und Transparenzpflichten in den Bereichen Erze und Metalle aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit im Vergleich zu internationalen Entwicklungen und den UNO-Leitprinzipien für die Einhaltung der Menschenrechte klar ungenügend ist. Angesichts des Gesetzes ist Ethos der Ansicht, dass es notwendig ist, den Dialog mit den Unternehmen fortzusetzen, damit diese freiwillig eine erweiterte Sorgfaltspflicht bei ihren internationalen Geschäften und auf der Ebene der Lieferkette umsetzen.

#### ERGEBNIS-ÜBERSICHT

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

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

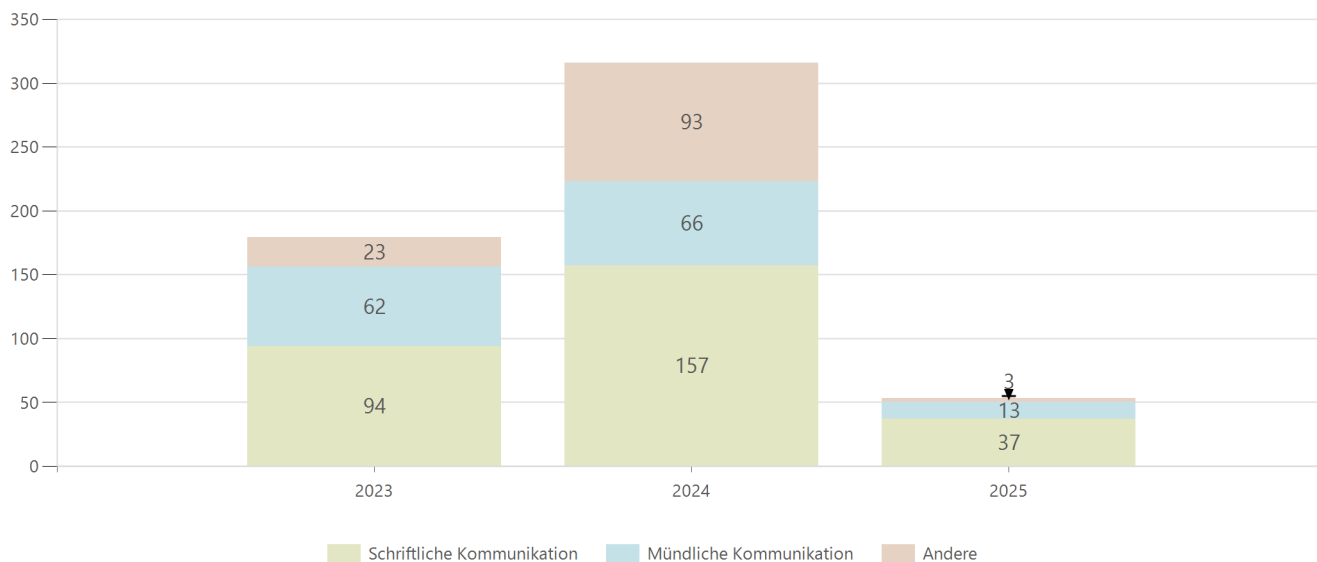
# 4. GOVERNANCE

## 4.1 ÜBERBLICK ÜBER DIE ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

| NAME DER KAMPAGNE                                                                       | ANZAHL UNTERNEHMEN |       | KAMPAGNE<br>UNTERSCHRIEBEN<br>AM |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------|----------------------------------|
|                                                                                         | IM PORTFOLIO       | TOTAL |                                  |
| <b>Digitale Verantwortung der Schweizer Unternehmen</b>                                 | 47                 | 47    | 05.03.2021                       |
| <b>Geschlechterdiversität im Verwaltungsrat</b>                                         | 31                 | 58    | 07.02.2025                       |
| <b>Steuerverantwortung von Schweizer Unternehmen</b>                                    | 97                 | 150   | 19.04.2022                       |
| <b>Trennung der Funktionen CEO und Verwaltungsratspräsidium</b>                         | 3                  | 5     | 07.02.2025                       |
| <b>Umwelt- und Sozialberichterstattung von Schweizer Unternehmen</b>                    | 97                 | 150   | 12.03.2021                       |
| <b>Unabhängigkeit des Verwaltungsrats</b>                                               | 21                 | 35    | 07.02.2025                       |
| <b>Vergütungen der Führungsinstanzen von Schweizer Unternehmen</b>                      | 97                 | 150   | 19.04.2022                       |
| <b>Zusammensetzung und Funktionsweise des Verwaltungsrats von Schweizer Unternehmen</b> | 97                 | 150   | 19.04.2022                       |
| <b>TOTAL 8</b>                                                                          |                    |       |                                  |

Die von Ethos initiierten Kampagnen sind fettgedruckt.

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



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

### 4.3 EINZELHEITEN DER ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

## DIGITALE VERANTWORTUNG DER SCHWEIZER UNTERNEHMEN

#### SDG

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

#### UNGC-PRINZIPIEN

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

#### ZUSAMMENFASSUNG

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

#### ERGEBNIS-ÜBERSICHT

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

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

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

## GESCHLECHTERDIVERSITÄT IM VERWALTUNGSRAT

### SDG

|                               |
|-------------------------------|
| SDG 5: Geschlechtergleichheit |
|-------------------------------|

|                                                         |
|---------------------------------------------------------|
| SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen |
|---------------------------------------------------------|

### UNGC-PRINZIPIEN

|                              |
|------------------------------|
| Prinzip 10: Keine Korruption |
|------------------------------|

### ZUSAMMENFASSUNG

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

## STEUERVERANTWORTUNG VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

### SDG

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

### UNGC-PRINZIPIEN

|                              |
|------------------------------|
| Prinzip 10: Keine Korruption |
|------------------------------|

### ZUSAMMENFASSUNG

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

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

### ERGEBNIS-ÜBERSICHT

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

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

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

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

## TRENNUNG DER FUNKTIONEN CEO UND VERWALTUNGSRATSPRÄSIDIUM

### SDG

SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

### UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 10: Keine Korruption

### ZUSAMMENFASSUNG

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

## UMWELT- UND SOZIALBERICHTERSTATTUNG VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

### SDG

|                     |
|---------------------|
| SDG 13: Klimaschutz |
|---------------------|

### UNGC-PRINZIPIEN

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

### ZUSAMMENFASSUNG

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

### ERGEBNIS-ÜBERSICHT

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

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

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

## UNABHÄNGIGKEIT DES VERWALTUNGSRATS

### SDG

SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

### UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 10: Keine Korruption

### ZUSAMMENFASSUNG

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

## VERGÜTUNGEN DER FÜHRUNGSINSTANZEN VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

### SDG

Nicht anwendbar

### UNGC-PRINZIPIEN

Nicht anwendbar

### ZUSAMMENFASSUNG

Hinsichtlich der Vergütungen der Führungsinstanzen fordert die Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften (VegüV), dass die börsenkotierten Schweizer Unternehmen an der Generalversammlung die Genehmigung für die Summen der Vergütungen des Verwaltungsrats und der Geschäftsleitung beantragen.

Aufgrund des breiten Interpretationsspielraums, den die Vergütungsverordnung den Unternehmen gewährt, und ungeachtet des seit mehreren Jahren intensiv geführten Dialogs sind immer noch grosse Unterschiede festzustellen, was die Modalitäten der Abstimmungen und die geforderten Summen betrifft. Das ist auch hinsichtlich der Transparenz der Vergütungsberichte der Fall, die von Unternehmen zu Unternehmen beträchtlich variieren.

### ERGEBNIS-ÜBERSICHT

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

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

# ZUSAMMENSETZUNG UND FUNKTIONSWEISE DES VERWALTUNGSRATS VON SCHWEIZER UNTERNEHMEN

## SDG

Nicht anwendbar

## UNGC-PRINZIPIEN

Prinzip 10: Keine Korruption

## ZUSAMMENFASSUNG

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

## ERGEBNIS-ÜBERSICHT

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

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

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

# BEHÖRDEN

# 5. BEHÖRDEN

## 5.1 ENGAGEMENT-KAMPAGNEN MIT BEHÖRDEN

| NAME DER KAMPAGNE | KAMPAGNE<br>UNTERSCHRIEBEN<br>AM |
|-------------------|----------------------------------|
| TOTAL 0           |                                  |

Die von Ethos initiierten Kampagnen sind fettgedruckt.

## 5.2 ENGAGEMENT-AKTIVITÄTEN MIT BEHÖRDEN

### 5.3 EINZELHEITEN DER ENTSPRECHENDEN KAMPAGNEN

Es sind keine Daten verfügbar.

# ANHÄNGE

# 6. ZUORDNUNGEN

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

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

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

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

Disclaimer:

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

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