

RAIFFEISEN

2021

**Jahresbericht 2021
Raiffeisen Gruppe**

**Wir machen
den Weg frei**





Das Jahr 2021 markierte den Start für die Umsetzung der Strategie «Raiffeisen 2025». Erste Erfolge sind bereits sichtbar: Wir haben uns digital weiterentwickelt und unser Geschäftsmodell weiter diversifiziert. Für unsere Kundinnen und Kunden sind wir eine verlässliche Partnerin.

**Dieses PDF
ist interaktiv!**

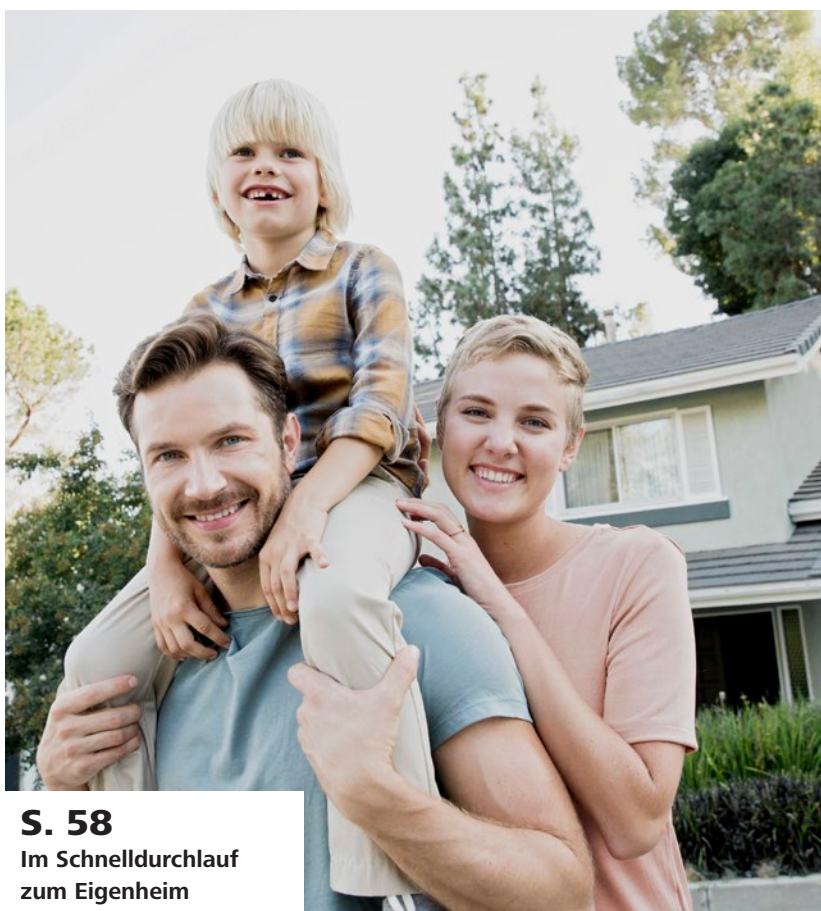
S. 26

Wir machen den Weg frei

Im vorliegenden Jahresbericht erfahren Sie mehr über unsere Genossenschaft und die Highlights des Jahres 2021. Alle Zahlen zum Geschäftsjahr finden Sie zudem im Geschäftsbericht.

Inhalt

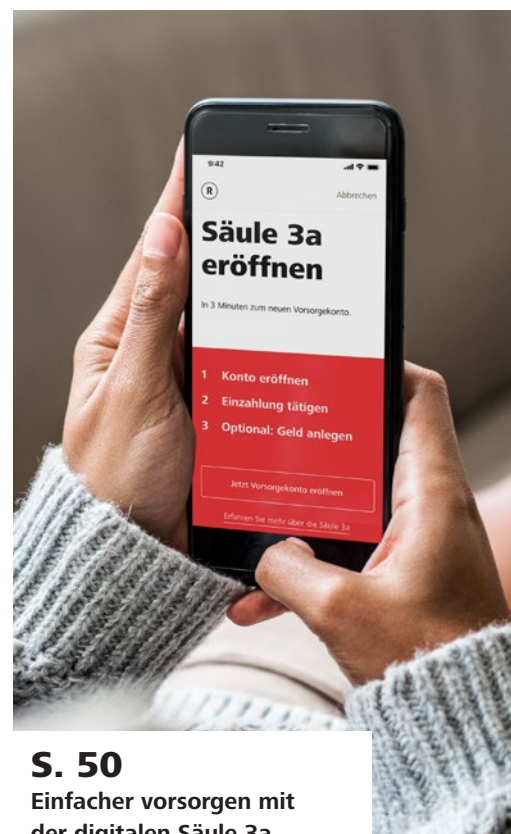
Raiffeisen auf einen Blick	2
So schaffen wir Mehrwert	4
Unsere Genossenschaft im Porträt	6
Unsere Strategie «Raiffeisen 2025»	14
Geschäftsjahr 2021	18
Ergebnis	20
Interview mit Thomas A. Müller und Heinz Huber	22
Wir machen den Weg frei für...	26
Passende Leistungen	
Wir richten unsere Leistungen konsequent auf die Kundenbedürfnisse aus	28
Lösungen aus einer Hand	
Wir entwickeln unser Geschäft weiter zur Lösungsanbieterin	36
Digitales und Praktisches	
Wir nutzen aktiv neue Technologien	44
Schnelles und einfaches Banking	
Wir standardisieren und digitalisieren unsere Prozesse	52
Eine nachhaltige Genossenschaft	
Wir differenzieren uns als nachhaltige Genossenschaft	60
Eine lernende Organisation	
Wir entwickeln uns zu einer lernenden Organisation mit hoher Veränderungsfähigkeit	68



S. 58
Im Schnelldurchlauf
zum Eigenheim



S. 44
Die digitale Welt auf einen Klick



S. 50
Einfacher vorsorgen mit
der digitalen Säule 3a





Raiffeisen auf einen Blick

Raiffeisen ist genossenschaftlich organisiert, lokal verankert und verfügt über das dichteste Bankengeschäftsstellen-netz in der Schweiz. Das macht unsere Stärke aus. Unser Engagement für die Gemeinschaft ist fest in unserer DNA verankert. Wir sind überzeugt, dass wir gemeinsam mehr erreichen können. Davon profitieren unsere Mitglieder, Kundinnen und Kunden, lokale Unternehmen, Vereine und gemeinnützige Institutionen. Damit tragen wir zu einer vielfältigen und lebendigen Schweiz bei und schaffen Mehrwert.

So schaffen wir Mehrwert

Unser Geschäft

Unsere Vision

Raiffeisen – die innovative Genossenschaft verbindet Menschen

Unsere Strategie: 6 Stossrichtungen

- 1 Wir richten unsere Leistungen konsequent auf die Kundenbedürfnisse aus
- 2 Wir entwickeln unser Geschäft weiter zur Lösungsanbieterin
- 3 Wir nutzen aktiv neue Technologien
- 4 Wir standardisieren und digitalisieren unsere Prozesse
- 5 Wir differenzieren uns als nachhaltige Genossenschaft
- 6 Wir entwickeln uns zu einer lernenden Organisation mit hoher Veränderungsfähigkeit

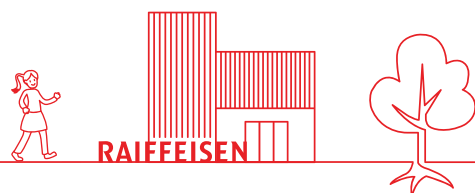
Unsere unternehmerischen Werte

Glaubwürdigkeit

Unternehmertum

Nähe

Nachhaltigkeit



Demokratie

Solidarität

Liberalität

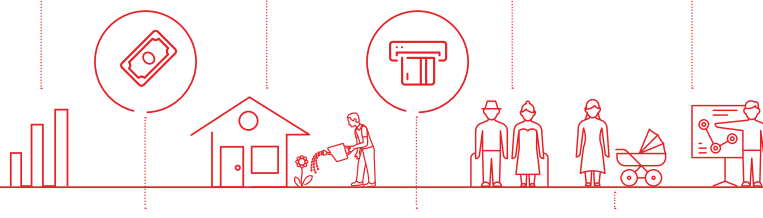
Unsere Tätigkeitsfelder

Anlegen

Wohnen

Vorsorgen

Beraten



Finanzieren

Bezahlen

Absichern

Unsere genossenschaftlichen Werte

Das Fundament unserer Genossenschaft

**Wir sind die grösste
Genossenschaftsbank**

1,96 Mio.

Genosschafterinnen und
Genosschafter

**Wir geben alles
für unsere Genossenschaft**

11'465

Mitarbeitende

Wir leben Nachhaltigkeit

94%

des Fondsvolumens sind nachhaltig
angelegt

**Wir kennen unsere
Kundinnen und Kunden**

42%

der Schweizer Bevölkerung
gehören zu unserer Kundschaft

**Wir sind nahe bei unseren
Kundinnen und Kunden**

219

Raiffeisenbanken sind an
820 Standorten präsent

Wir sind sicher aufgestellt

Bis zu **95%**

des Gewinns werden thesauriert

Unsere Leistung

Unsere Genossenschaft bleibt stark

1,07 Mrd. CHF
Gewinn

19 Mrd. CHF
Eigenkapital

202 Mrd. CHF
Kundeneinlagen

206 Mrd. CHF
Kundenausleihungen

Wir sind erfolgreich

3,61 Millionen Anzahl Kundinnen und Kunden

23 Prozent Anteil des indifferenten Geschäfts am Geschäftsertrag

33,8 Prozent Anteil unserer Kundinnen und Kunden, die Raiffeisen als ihre Hauptbank nutzen

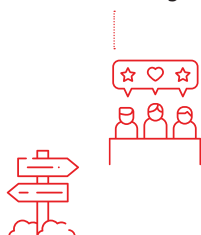
56,0 Prozent Cost-Income-Ratio

1,96 Millionen Anzahl Genossenschafterinnen und Genossenschafter

Rang 35 im Arbeitgeberranking von Universum.com

Wir machen den Weg frei für...

Passende Leistungen



Digitales und Praktisches



Eine nachhaltige Genossenschaft



Lösungen aus einer Hand

Schnelles und einfaches Banking

Eine lernende Organisation

Der Mehrwert durch unsere Genossenschaft

Kundinnen
und Kunden

3,68 Mio.

Beratungskontakte zwischen Raiffeisen
und ihren Kundinnen und Kunden

Genossenschafterinnen
und Genossenschafter

105,6 Mio. CHF

weitergegebene Mitgliedervorteile

Mitarbeitende

16,8 Mio. CHF

Investitionen in Aus- und Weiterbildung

Gesellschaft

217,1 Mio. CHF

Spenden, Steuern und Sponsoring

Wertschöpfung

278'000 CHF

Nettowertschöpfung pro Vollzeitstelle

Umwelt

Über **30%**

CO₂-Reduktion seit 2012



Unsere Genossenschaft im Porträt

Als national tätige Bank mit regionaler Verankerung ist Raiffeisen seit über 120 Jahren nahe bei ihren Kundinnen und Kunden. Mit einzigartigen, innovativen Lösungen verbinden wir Menschen, schaffen lokal und digital Mehrwert und machen den Weg frei.

Aus Überzeugung genossenschaftlich

Getreu ihrer Herkunft will Raiffeisen allen Menschen einen einfachen Zugang zur Bank bieten. An den genossenschaftlichen Werten halten wir weiter fest.

Auf Initiative von Pfarrer Johann Traber entstand 1899 in Bichelsee (TG) die erste Raiffeisenkasse der Schweiz. Der Grundsatz: «Hilfe zur Selbsthilfe». Alle Mitglieder sollen die Dienste ihrer Bank beanspruchen können und ein Recht auf Mitbestimmung haben, gleichzeitig sind aber alle auch mitverantwortlich für das Wirken und Gedeihen der Genossenschaft.

In klar definierten Geschäftskreisen engagieren sich die genossenschaftlich organisierten Raiffeisenbanken auch gesellschaftspolitisch. Einerseits unterstützen wir wie keine andere Bankengruppe die lokalen Vereine, sozialen Einrichtungen und Kulturanlässe. Andererseits gehören die Raiffeisenbanken zu den bedeutenden Steuerzahlerinnen in den Gemeinden. Eine wichtige Aufgabe erfüllt Raiffeisen auch als attraktive Arbeitgeberin. Als Unternehmen, das mitarbeiterbezogen denkt, erachten wir eine sinnstiftende Tätigkeit, Verantwortung und Initiative als die tragenden Elemente einer sozialverantwortlichen Unternehmenspolitik.

Wir handeln entlang unserer genossenschaftlichen Werte und pflegen eine offene und faire Geschäftspolitik. Die Genossenschafterinnen und Genossenschafter stehen im Zentrum. Das wird auch in Zukunft so sein. Die Mitglieder sind mitverantwortlich für die Geschäfte ihrer Bank, was zu einer hohen Kundennähe führt. Dadurch, dass die Kundengelder im Geschäftskreis verbleiben, tragen sie direkt zur Entwicklung der Region bei.

Die genossenschaftlichen Werte



Demokratie

Mitbesitzen, mitbestimmen, mitmachen – und zwar jedes Mitglied mit einer Stimme – ist der demokratische Wesenskern der Genossenschaft. Entscheide werden demokratisch gefällt.



Solidarität

Sich gegenseitig zu unterstützen, gegenseitig und solidarisch zu haften, ist historisch betrachtet eine genossenschaftliche Errungenschaft. Solidarität funktioniert auf der Basis von gegenseitigem Vertrauen.



Liberalität

Wir packen Aufgaben selbstmotiviert, selbstbestimmt und gemeinsam an. Liberalität unterstreicht die Autonomie der Genossenschaftsbanken.

Die unternehmerischen Werte



Glaubwürdigkeit

Wir tun, was wir sagen, und halten, was wir versprechen. Wir sind glaubwürdig, indem wir verlässlich und beständig handeln und verständliche, nachvollziehbare Entscheidungen treffen.



Unternehmertum

Wir nehmen auf allen Ebenen die Verantwortung für unser Tun wahr. Wir handeln eigenständig, verantwortungsvoll und unternehmerisch.



Nachhaltigkeit

Wir tragen der Langlebigkeit unseres Geschäftsmodells Sorge. Wir streben nachhaltige Beziehungen mit allen Anspruchsgruppen an und pflegen diese. Wir übernehmen Verantwortung in Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft.



Nähe

Die Raiffeisenbanken sind in der Bevölkerung verankert und kennen und verstehen ihre Kundinnen und Kunden. Sie richten sich lokal-regional aus und vernetzen sich im Markt.

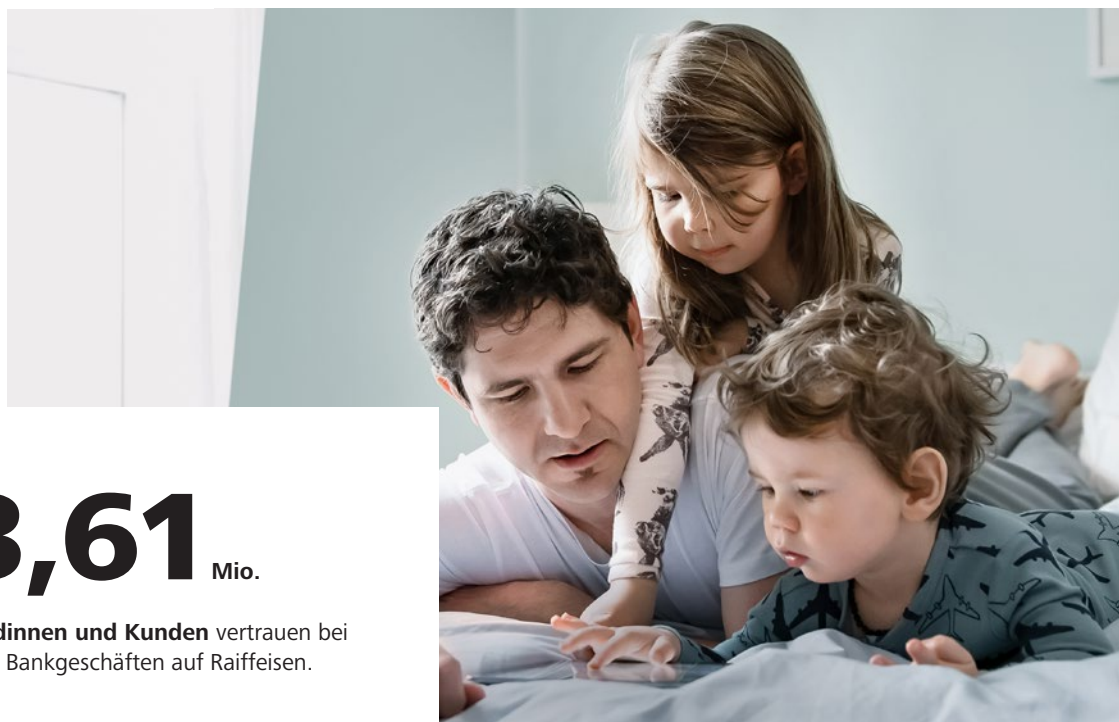


2,32 Mio.

Anteilscheine besitzen die Genosschafterinnen und Genosschafter der Raiffeisenbanken.

Wir sind die grösste Genossenschaftsbank in der Schweiz

Raiffeisen ist die drittgrösste Bankengruppe der Schweiz. Wer Anteilscheine einer Raiffeisenbank zeichnet, wird zur Mitbesitzerin oder zum Mitbesitzer der Bank. Unsere 1,96 Millionen Genosschafterinnen und Genosschafter können so aktiv über das Geschehen ihrer Raiffeisenbank mitbestimmen. Dank der Möglichkeit der Mehrfachzeichnung besitzen die Genosschafterinnen und Genosschafter 2,32 Millionen Anteilscheine an den Raiffeisenbanken. Anders als bei Aktiengesellschaften hat jedes Mitglied jedoch nur eine Stimme, unabhängig davon, wie viele Anteilscheine man besitzt.



3,61 Mio.

Kundinnen und Kunden vertrauen bei ihren Bankgeschäften auf Raiffeisen.



219

Raiffeisenbanken
sind an **820 Standorten**
präsent.



Wir kennen unsere Kundinnen und Kunden

Die Raiffeisen Gruppe ist in der Schweiz lokal und regional stark verankert und genießt ein hohes Vertrauen. Fast die Hälfte der Schweizer Bevölkerung und ein Drittel der Schweizer Unternehmen setzen auf unsere bedürfnisorientierten Lösungen, unsere Beratungskompetenz und unsere Kundennähe. Für viele unserer 3,61 Millionen Kundinnen und Kunden sind wir ihre Hauptbank.

Wir sind die Bank, die am nächsten bei ihren Kundinnen und Kunden ist

Jede der 219 Raiffeisenbanken ist ein juristisch und organisatorisch selbstständiges Unternehmen mit selbstgewählten Bankorganen. Träger der jeweiligen Bank sind die Mitglieder. Jede Raiffeisenbank ist in ihrem geografisch definierten Geschäftskreis tätig. Oft kennen die Mitarbeitenden ihre Kundinnen und Kunden persönlich. Das Geld bleibt in der Region und damit der lokalen Wirtschaft erhalten. Dank den 820 Geschäftsstellen erreichen über 90 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz eine Raiffeisenbank innerhalb von zehn Autofahrminuten, 82 Prozent sogar in fünf Minuten. Das ist das grösste Bankengeschäftsstellennetz in der Schweiz. Zudem betreibt Raiffeisen 1'732 Bancomaten.

11'465

Mitarbeitende sind für die Kundinnen und Kunden von Raiffeisen in der ganzen Schweiz tätig.



Wir geben alles für unsere Genossenschaft

11'465 Mitarbeitende in der ganzen Schweiz, in allen Landessprachen und in über 800 Gemeinden in der ganzen Schweiz von Genf bis ins Puschlav, sind für Raiffeisen tätig. Als lernende Organisation richten wir uns auf zukünftige Herausforderungen aus. Dafür schöpfen wir aus unseren genossenschaftlichen Werten ebenso wie aus unserer Vielfalt und dem Anspruch an uns selbst, Neues offen und innovativ anzugehen. 49,9 Prozent unserer Mitarbeitenden sind Frauen, auf Kaderstufe sind es 28,5 Prozent. Bis Ende 2022 wollen wir diesen Anteil auf mindestens 30 Prozent erhöhen.

 Weg frei für eine lernende Organisation (Seite 68)



Über **30%**

beträgt die Reduktion der CO₂-Emissionen der Raiffeisen Gruppe seit 2012.

Wir leben Nachhaltigkeit

Wir wollen Mehrwert durch unsere nachhaltig gelebten genossenschaftlichen Werte generieren. Unsere Tätigkeiten richten wir darauf aus, dass sie mit einer nachhaltigen Entwicklung vereinbar sind. Das heisst, dass wir bei Entscheiden stets die ökologischen, sozialen und ökonomischen Aspekte berücksichtigen. Seit 2012 hat Raiffeisen ihre CO₂-Emissionen um über 30 Prozent reduziert. Die verbleibenden Emissionen werden über den Kauf von CO₂-Zertifikaten kompensiert. Bis 2050 verfolgen wir das Ziel «Netto-Null», im Betrieb wollen wir «Netto-Null» schon 2030 erreichen. Nachhaltigkeit berücksichtigen wir nicht nur bei unseren Geschäftsaktivitäten, sondern auch in unseren Produkten. Bereits heute sind 94 Prozent des Fondsvolumens in nachhaltigen Fonds investiert.

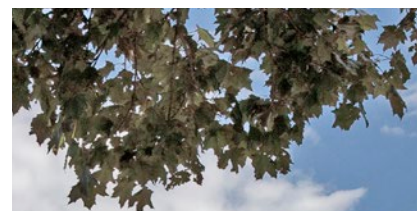
 Unsere Nachhaltigkeitsziele (Seite 17)

Wir sind sicher aufgestellt

Die Raiffeisen Gruppe hat in ihren Statuten ein ausgewogenes und auf gegenseitiger Haftung beruhendes Sicherheitsnetz verankert. Zusammen mit dem Solidaritätsfonds als Reserve zur Abdeckung von Risiken ist die Gruppe in der Lage, Schadensfälle und Verluste, die über die Kraft der einzelnen Raiffeisenbanken hinausgehen, zu decken. Die Gewinne werden bis zu 95 Prozent thesauriert und bleiben so zum grössten Teil im Unternehmen. Das bedeutet: Der Jahresgewinn wird – mit Ausnahme der Verzinsung der Anteilscheine – nicht ausgeschüttet, sondern fliesst zur Stärkung der Kapitalbasis in die Reserven der Raiffeisen Gruppe. Das macht Raiffeisen zu einer sicheren Bank und schafft Sicherheit für die Kundinnen und Kunden.

Bis zu **95%**

des Gewinns werden thesauriert und verbleiben als Gewinnreserve in der Bank.



Gemeinsam kann Grosses entstehen

Wir handeln verantwortungsbewusst und im Sinne all unserer Anspruchsgruppen. Unser Engagement für die Raiffeisen-Gemeinschaft zeichnet uns aus.

Im Sinne des genossenschaftlichen Gedankens streben wir eine gewinn- und effizienzorientierte, jedoch nicht eine auf kurzfristige Gewinnmaximierung ausgerichtete Geschäftskultur an. Wir setzen dabei konsequent auf Vertrauen, Stabilität sowie Qualität und nicht auf ein rein volumengetriebenes Wachstum.

Unsere Unternehmenspolitik berücksichtigt alle Anspruchsgruppen – also beispielsweise unsere Kundinnen und Kunden, Genossenschafterinnen und Genossenschafter, aber auch unsere Mitarbeitenden, Lieferanten, die Umwelt und die Gesellschaft als Ganzes. Von den Erfolgen unserer Genossenschaft profitieren deshalb nicht nur einige wenige, sondern die ganze Raiffeisen-Gemeinschaft.

📄 Jahresergebnis 2021 der Gruppe (Seite 18)



Am Erfolg teilhaben

Wer Anteilscheine von Raiffeisen zeichnet, wird Mitbesitzerin oder Mitbesitzer der Bank und gestaltet unseren Weg mit. Genossenschafterinnen und Genossenschafter partizipieren an unserem Erfolg und kommen in den Genuss von vielen Vorteilen.

Raiffeisen-Mitglieder und YoungMember-Plus-Kundinnen und -Kunden mit einer Debit- oder Kreditkarte profitieren unter anderem von Rabatten auf Bankkarten, Kontogebühren, Bezügen an fremden Bancomaten, Tickets für Konzerte und Gratiseintritten in Museen.

66,7 Mio. CHF

betrug 2021 die **Verzinsung der Anteilscheine**, welche an unsere Genossenschafterinnen und Genossenschafter floss (Vorjahr: 65 Millionen Franken).

105,6 Mio. CHF

hat Raiffeisen 2021 in Form von **Mitgliedervorteilen** an ihre Genossenschafterinnen und Genossenschafter vergeben (Vorjahr: 74,0 Millionen Franken).

Gut beraten

Wir kennen unsere Kundinnen und Kunden persönlich – und verfügen über das Know-how einer grossen Schweizer Bank: So sind wir eine verlässliche Partnerin für transparente Finanz- und Vorsorgelösungen.

3,68 Mio.

Beratungskontakte zeigen, dass wir für unsere Kundinnen und Kunden da sind (Vorjahr: 2,9 Millionen).



Lebenslanges Lernen gefördert

Als Arbeitgeberin fördern wir Chancengleichheit, Vielfalt und lebenslanges Lernen. Wir stärken die Innovationsfähigkeit aller Mitarbeitenden und bieten attraktive Anstellungsbedingungen.

Regionale Gemeinschaften unterstützt

Wir sind fest in der Gesellschaft verankert und damit Teil regionaler Gemeinschaften. Wir unterstützen Sport, Kultur und soziale Projekte und ermöglichen Crowdfunding für alle.

Nachhaltig gewirtschaftet

Wir unterstützen die Energiewende, leben Nachhaltigkeit im Unternehmen und fördern das umweltbewusste Denken und Handeln unserer Kundinnen und Kunden.

16,8 Mio. CHF

investierte Raiffeisen 2021 in die **Aus- und Weiterbildung** ihrer Mitarbeitenden (Vorjahr: 14,5 Millionen Franken).

217,1 Mio. CHF

hat Raiffeisen 2021 in **Form von Spenden, Steuern und Sponsoring** an **Gemeinden** und Vereine vergeben (Vorjahr: 180 Millionen Franken).

Netto-Null

Wir sind auf Kurs bei unserem Ziel «Netto-Null» bis **2050**.



Unsere Strategie: «Raiffeisen 2025»

Das Ziel unserer Gruppenstrategie ist klar: Wir wollen auf die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden eingehen und sie mit unseren Lösungen begeistern, durch unsere Genossenschaft nachhaltigen Mehrwert generieren und Menschen in der Schweiz lokal und digital vernetzen.

Zur Raiffeisen von morgen

Der Verwaltungsrat von Raiffeisen Schweiz hat 2020 die Gruppenstrategie «Raiffeisen 2025» verabschiedet. Sie definiert den strategischen Weg der ganzen Gruppe für die Jahre 2021 bis 2025. Die Umsetzung der Strategie hat im Berichtsjahr gestartet.

Vergleichsportale, Finanzplattformen, digitale Geschäftsmodelle und rasante Technologiefortschritte beeinflussen und verändern die Kundenbedürfnisse anhaltend. Dadurch ergeben sich auch neue Möglichkeiten für die Ausgestaltung der Kundenbeziehung und der Lösungspalette. Kundinnen und Kunden entscheiden heute, wie, wann und wo sie mit ihren Finanzpartnern agieren. Durch grössere Transparenz und Vergleichbarkeit bei Finanzdienstleistungen und -produkten erhöht sich auch die Preissensibilität der Kundinnen und Kunden. Das klassische Banking wandelt sich immer stärker in ein branchenübergreifendes Geschäftsmodell. Durch neue Geschäftsmodelle (zum Beispiel Ökosystemansätze), die insbesondere spezifische Kundenbedürfnisse abdecken, werden traditionelle Wertschöpfungsketten aufgebrochen.

2025

Die Strategie «**Raiffeisen 2025**» ist unsere Antwort auf die Herausforderungen der Zukunft.

Die Strategie «Raiffeisen 2025» ist die Antwort auf die Herausforderungen der Zukunft. Raiffeisen hat den Anspruch, die persönliche Beziehung zu ihren Kundinnen und Kunden weiter auszubauen und noch stärker auf ihre veränderten Bedürfnisse einzugehen. Am dezentralen Geschäftsmodell mit den lokal verankerten Raiffeisenbanken hält die Gruppe fest. Mit dem Ausbau der Geschäftsfelder Wohnen, Firmenkunden sowie Vorsorgen und Anlegen will sich Raiffeisen noch stärker von einer Produkt- zur Lösungsanbieterin entwickeln. Durch neue Technologien und die Optimierung von Prozessen gewinnt Raiffeisen an Effizienz und es bleibt mehr Zeit für die Betreuung der Kundinnen und Kunden.

Was wir erreichen wollen

Die Gruppenstrategie «Raiffeisen 2025» zeigt die gruppenweite Vorstellung, wie sich Raiffeisen im Bankenmarkt Schweiz präsentieren will, und gibt die gemeinsame Richtung für alle Raiffeisenbanken vor. Die Gruppenstrategie unterstützt die lokal tätigen Raiffeisenbanken und liefert ihnen Impulse für ihre eigene Strategiearbeit. Das sind unsere Ziele:

- Wir schaffen **passende Leistungen** (☞ Seite 28), indem wir unsere physischen und digitalen Angebote konsequent auf die Kundenbedürfnisse ausrichten. Damit verfolgen wir das Ziel, bestehende Kundenbeziehungen auszubauen sowie neue Kundinnen und Kunden zu gewinnen.
- Wir bieten **Lösungen aus einer Hand** (☞ Seite 36) und entwickeln unser Geschäftsmodell weiter zur Lösungsanbieterin. Das Kerngeschäft bleibt nach wie vor das Bankgeschäft. In Zukunft wird aber die Verzahnung von Bank- und Nichtbankdienstleistungen an Relevanz gewinnen. Raiffeisen stiftet durch branchenübergreifende Lösungen und Ökosysteme einen Mehrwert für die Kundinnen und Kunden.
- Wir schaffen **Digitales und Praktisches** (☞ Seite 44), um das Kundenerlebnis zu verbessern. Dazu nutzen wir aktiv neue Technologien. Ein Mobile- und Multibanking-Ansatz sowie ein neues Kundenerlebnisportal sorgen dafür, dass für Privat- und Firmenkunden sämtliche relevanten Bankdienstleistungen «auf einen Klick» verfügbar sind.
- Wir machen den Weg frei für **schnelles und einfaches Banking** (☞ Seite 52). Raiffeisen standardisiert und digitalisiert ihre Prozesse. Durch neue Prozessstandards werden die Handlungsspielräume der Raiffeisenbanken erhöht, die Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe verbessert und neue Partnerschaften ermöglicht. Dadurch bleibt mehr Zeit für unsere Kundinnen und Kunden.

- Wir differenzieren uns als **nachhaltige Genossenschaft** (☞ Seite 60), indem wir nahe bei unseren Kundinnen und Kunden sind und die genossenschaftlichen Werte pflegen. Wir wollen unsere Genossenschafterinnen und Genossenschafter vernetzen und unsere Nachhaltigkeitsleistung in allen Bereichen stärken.
- Wir entwickeln uns zu einer **lernenden Organisation** (☞ Seite 68) mit hoher Verantwortungsfähigkeit, schaffen ein modernes Arbeitsumfeld und stärken durch lebenslanges Lernen die Innovationsfähigkeit unserer Gruppe.

Wo wir heute stehen

Das Jahr 2021 markierte den Start für die Umsetzung der Strategie. Erste Erfolge sind bereits sichtbar. Wir haben neue digitale Lösungen entwickelt, unser Geschäftsmodell weiter diversifiziert und waren eine verlässliche Partnerin für unsere Kundinnen und Kunden. Dass wir in unserem Bestreben, uns noch stärker von einer Produkt- zu einer Lösungsanbieterin zu entwickeln, auf dem richtigen Weg sind, zeigt das Vertrauen in unsere Gruppe. Das Erreichte widerspiegelt sich in den Kennzahlen, mit welchen wir unseren Erfolg messen (Grafik unten). 2021 konnten wir über 53'000 neue Kundinnen und Kunden sowie 28'000 neue Genossenschafterinnen und Genossenschafter gewinnen. Rund 34 Prozent unserer Kundinnen und Kunden tätigen einen Hauptteil ihrer Bankgeschäfte bei Raiffeisen. Im Arbeitgeberranking von Universum.com belegen wir den 35. Rang. Auch bei der Cost-Income-Ratio (56,0 Prozent) und beim Anteil des indifferenten Geschäfts am Geschäftsertrag (23 Prozent) sind wir auf Kurs, um unsere Ziele 2025 zu erreichen.

Strategische Ziele – Zielerreichung 2021

		Ausgangslage 2020	Ziel 2021	Erreicht 2021	Ziel 2025
Passende Leistungen Wir richten unsere Leistungen konsequent auf die Kundenbedürfnisse aus	Anzahl Kundinnen und Kunden	3,55 Mio.	3,62 Mio.	3,61 Mio.	> 3,86 Mio.
				+1,5%	
Lösungen aus einer Hand Wir entwickeln unser Geschäft weiter zur Lösungsanbieterin	Anteil indifferentes Geschäft ¹	22,2%	23,0%	23,0%	≥ 30,0%
				+0,8%-Punkte	
Digitales und Praktisches Wir nutzen aktiv neue Technologien	Hauptbankbeziehung ²	31,0%	31,0%	33,8%	≥ 36,0%
				+2,8%-Punkte	
Schnelles und einfaches Banking Wir standardisieren und digitalisieren unsere Prozesse	Cost-Income-Ratio	59,4%	61,0%	56,0%	< 58,0%
				-3,4%-Punkte	
Nachhaltige Genossenschaft Wir differenzieren uns als nachhaltige Genossenschaft	Anzahl Genossenschafter/-innen	1,94 Mio.	1,93 Mio.	1,96 Mio.	> 2,03 Mio.
				+1,4%	
Lernende Organisation Wir entwickeln uns zu einer lernenden Organisation mit hoher Veränderungsfähigkeit	Rang im Arbeitgeberranking ³	Rang 44	Rang 42	Rang 35	Rang 25
				+9 Ränge	

¹ Anteil indifferentes Geschäft (inkl. Handelserfolg) am Geschäftsertrag in Prozent.

² Anteil der Privatkundinnen und -kunden, die einen Hauptteil ihrer Bankgeschäfte bei Raiffeisen tätigen (Berechnung auf Basis der Produktnutzung).

³ Arbeitgeberranking von Universum.com in der Kategorie «Professionals Wirtschaftswissenschaften Schweiz».



Unsere Nachhaltigkeitsziele

Nachhaltigkeit war schon immer Teil des Raiffeisen-Selbstverständnisses. Wir wollen uns als nachhaltige Genossenschaft differenzieren und unsere Nachhaltigkeitsleistung weiter stärken.

Wir **übernehmen Verantwortung** für unser Tun und Handeln.

Nachhaltigkeit ist seit jeher ein Unternehmenswert von Raiffeisen und eine tragende Säule der Genossenschaftsidee. In der Strategie «Raiffeisen 2025» ist Nachhaltigkeit als zentraler Bestandteil verankert. Wir übernehmen Verantwortung für unser Tun und Handeln und die möglichen Auswirkungen unserer Entscheide auf Gesellschaft und Umwelt. Nachhaltigkeit bedeutet für uns, dass wir Ressourcen nur in dem Masse verbrauchen, dass sie auch zukünftigen Generationen zur Verfügung stehen. Unsere Tätigkeit richten wir darauf aus, dass sie mit einer nachhaltigen Entwicklung vereinbar ist. In der Praxis heisst das, dass wir bei Entscheidungen stets die ökologischen, sozialen und ökonomischen Aspekte berücksichtigen. Unsere strategischen Nachhaltigkeitsziele geben uns den Weg vor.

Raiffeisen will

- langfristig Mehrwert schaffen;
- mit Transparenz und Fairness hohe Kundenzufriedenheit erzielen;
- Produkte und Dienstleistungen mit einer nachhaltigen Entwicklung in Einklang bringen;
- Entwicklung und Diversität bei ihren Mitarbeitenden fördern;
- bei den CO₂-Emissionen bis spätestens 2050, im Betrieb bis 2030 «Netto-Null» erreichen.

Im vergangenen Jahr hat Raiffeisen ihre CO₂-Emissionen weiter reduziert und ist damit ihrem Netto-Null-Ziel einen wesentlichen Schritt nähergekommen. Die verbleibenden Emissionen der Gruppe hat Raiffeisen über den Zukauf von Zertifikaten kompensiert.

2021 hat Raiffeisen zudem die Principles for Responsible Banking (PRB) der United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP FI) unterzeichnet und ist der Partnership for Carbon Accounting Financials (PCAF) beigetreten. Zudem unterstützen wir die Task Force for Climate Related Financial Disclosures (TCFD). Die Produktpalette wurde ergänzt mit verantwortungsvollen Goldbarren und einem entsprechenden Gold-Exchange-Traded-Fund (ETF), einem an der Börse gehandelten Fonds. Im Weiteren wurde ein Raiffeisen Green Bond Programm etabliert.

📄 Zum Nachhaltigkeitsbericht unter report.raiffeisen.ch/nachhaltigkeit

📄 Nachhaltigkeitsbeilage zum Geschäftsbericht unter report.raiffeisen.ch/downloads





Geschäftsjahr 2021

Die Raiffeisen Gruppe erzielte 2021 ein ausgezeichnetes Ergebnis. Der Gruppen-gewinn liegt bei 1,07 Milliarden Franken. Im Kerngeschäft konnten wir das angestrebte Wachstum auf Marktniveau fortsetzen. Bei den Kundeneinlagen verzeichnen wir einen markanten Zuwachs in der Höhe von 11,3 Milliarden Franken auf über 200 Milliarden Franken. Auch das Kommissions- und Dienstleistungs-geschäft entwickelte sich erfreulich und ist um 18,8 Prozent gewachsen.



Ausgezeichneter Jahresabschluss

Raiffeisen hat 2021 ein ausgezeichnetes Ergebnis erwirtschaftet. Die Ertragsbasis konnte gesteigert und das Geschäftsmodell weiter diversifiziert werden. Auch die Umsetzung der Strategie ist auf Kurs.

Die Raiffeisen Gruppe hat 2021 mit einem Gruppengewinn von 1,07 Milliarden Franken ein hervorragendes Resultat erwirtschaftet. Der Gewinn übersteigt das Vorjahresergebnis um 24,2 Prozent. Heinz Huber, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Raiffeisen Schweiz, zum Ergebnis: «Die Steigerung in allen Ertragspositionen zeigt, dass die Gruppe in ihrer operativen Leistung stark zugelegt hat. Raiffeisen genießt in allen Regionen der Schweiz ein hohes Kundenvertrauen und baut ihre starke Position im Kundengeschäft dank der erfolgreichen Arbeit der ganzen Gruppe weiter aus.»

Erfolgreiches Kerngeschäft

Das Bilanzgeschäft der Gruppe hat sich erfreulich entwickelt. Die Hypothekarforderungen sind um 3,2 Prozent auf 196,4 Milliarden Franken angestiegen, womit sich das angestrebte Wachstum auf Marktniveau fortsetzt. Basierend auf einer unveränderten Kreditpolitik bleibt die Qualität des Hypothekarportfolios hoch. Mit einem stabilen Marktanteil von 17,6 Prozent hält Raiffeisen ihre starke Marktposition im Kerngeschäft. Die Kundeneinlagen sind um 11,3 Milliarden Franken auf 201,7 Milliarden Franken deutlich angestiegen (+5,9%). Die hohe Zunahme der Depotvolumen um 21,7 Prozent – auch begünstigt durch das positive Börsenumfeld im Jahr 2021 – und der markante Anstieg der Kundeneinlagen führten zu einem erfreulich hohen Anstieg der Kundenvermögen um 19,3 Milliarden Franken auf 247,1 Milliarden Franken (+8,5%).

Deutliche Steigerung aller Ertragspositionen

Der Geschäftsertrag wächst gegenüber dem Vorjahr um 323,2 Millionen Franken auf 3,4 Milliarden Franken (+10,6%). Zur positiven Entwicklung beigetragen haben sämtliche Ertragspositionen. Mit einer Steigerung von 18,8 Prozent wächst das Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft

«Raiffeisen genießt ein hohes Kundenvertrauen und baut ihre starke Position im Kundengeschäft weiter aus.»

Heinz Huber
Vorsitzender der Geschäftsleitung
Raiffeisen Schweiz

erneut sehr erfreulich. Der Erfolg in diesem Segment hat um 85,0 Millionen Franken auf 536,1 Millionen Franken zugenommen. Insbesondere das Vorsorge- und Anlagegeschäft ist weiter auf Wachstumskurs. Die Anzahl und das Volumen der Vermögensverwaltungsmandate haben sich 2021 wie schon im Vorjahr mehr als verdoppelt, bei Fondssparplan- und Vorsorgedepots betrug das Volumenwachstum jeweils knapp 40 Prozent. Der Handelserfolg hat mit einer Steigerung von 29,9 Millionen Franken (+13,9%) auf 244,6 Millionen Franken ebenfalls stark zugelegt. Mit der Stärkung des Vorsorge- und Anlagegeschäfts hat Raiffeisen ihre Ertragsbasis verbreitert. Der Anteil des indifferenten Geschäfts am gesamten Geschäftsertrag hat sich seit 2010 von 15 Prozent auf 23 Prozent erhöht.

Das Zinsengeschäft bleibt mit einem Anteil von über 70 Prozent der Haupteintragspfeiler von Raiffeisen. Trotz anhaltend hohem Margendruck verzeichnet Raiffeisen beim Nettoerfolg aus dem Zinsengeschäft eine erfreuliche Zunahme um 116,9 Millionen auf 2,4 Milliarden Franken (+5,1%), was auf das Volumenwachstum, tiefere Wertberichtigungen und ein umsichtiges Bilanzmanagement zurückzuführen ist. Die hohe Steigerung aller Ertragspositionen bei einem gleichzeitig tieferen Kostenanstieg führt zu einer deutlichen Verbesserung der Cost-Income-Ratio von 59,4 auf 56,0 Prozent. Der Geschäftserfolg hat um 300,8 Millionen Franken zugelegt und liegt bei knapp 1,3 Milliarden Franken (+31,1%).

Investitionen in das Kundenerlebnis

Die für 2021 gesetzten Ziele hat die Gruppe erreicht und ist auf dem Weg von einer Produkt- zu einer Lösungsanbieterin deutlich vorangekommen. Das digitale Angebot konnte unter anderem mit einer digitalen Säule 3a und der Multibankingplattform «KMU eServices» für Firmenkunden erweitert werden. Das Vorsorge- und Anlagegeschäft ist weiter auf Wachstumskurs und leistet einen wichtigen Beitrag zur Diversifizierung der Erträge. Das Ökosystem Wohnen hat Raiffeisen mit der digitalen Wohneigentumsplattform «Liiva» und dem Modernisierungsplaner in der Beratung ausgebaut. Die Gruppe hat in verantwortungsbewusstes Banking investiert. Seit Mitte 2021 sind in der gesamten Anlage- und Vorsorgeproduktpalette von Raiffeisen bis auf wenige Ausnahmen Nachhaltigkeitsaspekte integriert. Im laufenden Jahr liegt der strategische Fokus auf Investitionen in die Digitalisierung, der weiteren Stärkung des Vorsorge- und Anlagegeschäfts und der Verankerung und Differenzierung als verantwortungsvolle Genossenschaft.

+18,8%

ist das **Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft** gewachsen.

+19,3 Mrd. CHF

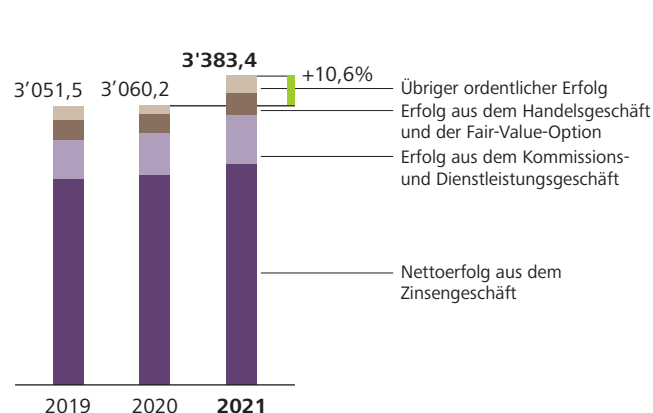
haben die **Kundenvermögen** 2021 zugenommen und betragen neu **247,1 Milliarden Franken**.

56,0%

beträgt die **Cost-Income-Ratio** (Vorjahr: 59,4%).

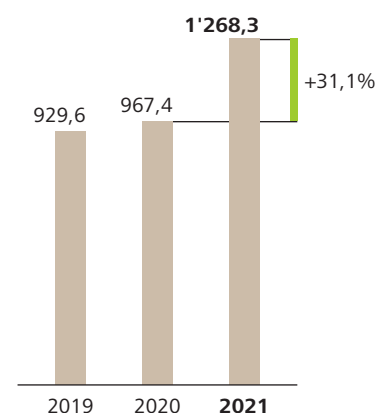
Geschäftsertrag

in Mio. CHF



Geschäftserfolg

in Mrd. CHF



Alle Details und weitere Zahlen zum Geschäftsjahr 2021 unter report.raiffeisen.ch

«Raiffeisen ist und bleibt die Bank mit dem höchsten Kundenfokus»

Thomas A. Müller, Präsident des Verwaltungsrats von Raiffeisen Schweiz, und Heinz Huber, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Raiffeisen Schweiz, blicken gemeinsam auf das vergangene Jahr zurück und in die Zukunft.



«Raiffeisen hat die Ausrichtung für die kommenden Jahre festgelegt.»

Thomas A. Müller
Präsident des Verwaltungsrats Raiffeisen Schweiz

Thomas A. Müller, Sie sind seit Dezember 2021 Verwaltungsratspräsident von Raiffeisen Schweiz. Welche Ziele haben Sie sich für Ihr erstes Amtsjahr gesetzt?

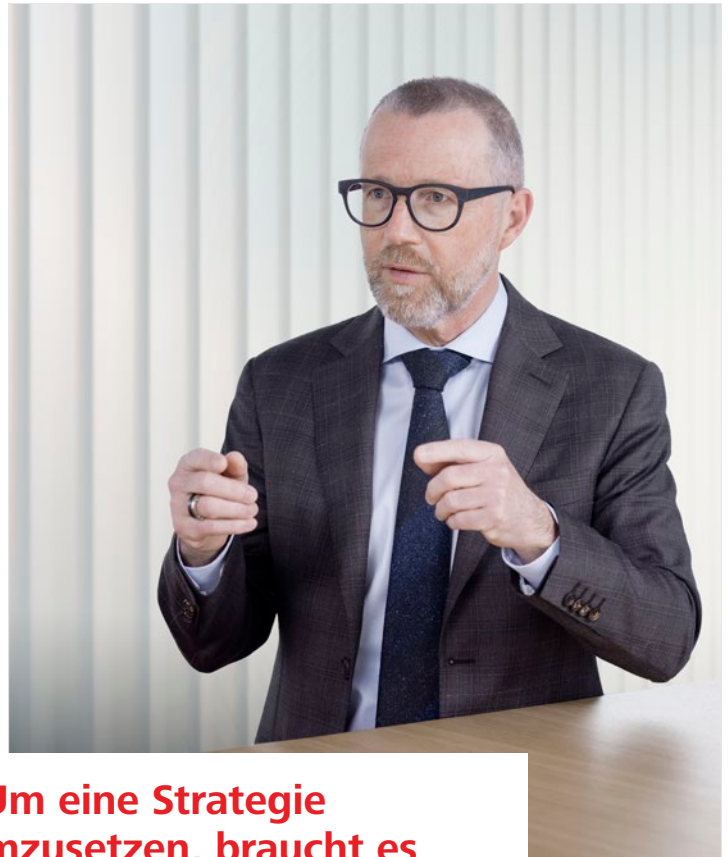
Thomas A. Müller: Raiffeisen hat mit ihrer Gruppenstrategie 2025 die Ausrichtung für die kommenden Jahre festgelegt. Ich durfte den Strategieprozess von Beginn an mitgestalten. Diesen Weg werden wir weiterverfolgen. Damit wir konzentriert an unseren Zielen arbeiten können, brauchen wir Kontinuität und Stabilität. Gleichzeitig bewegen wir uns in einem hochdynamischen Umfeld. Das erfordert Weitsicht und Anpassungsfähigkeit. Es ist die Aufgabe des Verwaltungsrats, diese Balance zu halten. Wir haben die Voraussetzungen geschaffen, dass unsere Gruppe umsichtig und verantwortungsvoll arbeiten kann.

Heinz Huber, hat Raiffeisen die Ziele für das Jahr 2021 erreicht?

Heinz Huber: Wir sind sehr zufrieden. Unsere Gruppe war im vergangenen Jahr sowohl operativ als auch strategisch erfolgreich. Die Raiffeisenbanken und Raiffeisen Schweiz konnten gemeinsam ein ausgezeichnetes Ergebnis erzielen und die Erträge steigern. Darauf dürfen wir stolz sein. Spätestens im Jahr 2025 wollen wir unseren Kundinnen und Kunden noch konsequenter ganzheitliche Lösungen anbieten und nicht einfach Produkte. Diesem Zielbild sind wir seit dem Start der Umsetzung unserer Gruppenstrategie im Januar 2021 ein grosses Stück nähergekommen. Erste Erfolge sind bereits sichtbar.

Können Sie konkrete Beispiele für sichtbare Resultate nennen?

Heinz Huber: Um eine Strategie umzusetzen braucht es Willen, Ausdauer und Teamgeist. Das haben wir. Wir haben unser Geschäftsmodell weiter diversifiziert. Das Vorsorge- und Anlagegeschäft konnten wir deutlich ausbauen und noch stärker auf Nachhaltigkeit ausrichten. Mit der Wohneigentumsplattform «Liiva» haben wir gemeinsam mit der Mobiliar unser Ökosystem Wohnen weiterentwickelt. Weiter haben wir digitale Angebote wie die digitale Säule 3a oder Raiffeisen KMU eServices, eine Multibanking-Lösung für Firmenkunden, lanciert. Zudem haben wir den Grundstein für die Entwicklung unseres Kundenerlebnisportals gelegt. Wir haben die Voraussetzungen geschaffen, um die Digitalisierung der Gruppe weiter voranzutreiben.



«Um eine Strategie umzusetzen, braucht es Willen, Ausdauer und Teamgeist. Das haben wir.»

Heinz Huber

Vorsitzender der Geschäftsleitung Raiffeisen Schweiz

Digitalisierung ist einer der Hauptpfeiler der neuen Strategie. Ist Raiffeisen bereits eine digitale Bank?

Heinz Huber: Raiffeisen ist und bleibt vor allem die Bank mit dem höchsten Kundenfokus. Zwar werden wir die Digitalisierung in den kommenden Jahren weiter vorantreiben, wir werden aber nicht per se alles digitalisieren, was möglich ist. Wir orientieren uns dabei an den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden. Der Schlüssel der Zukunft liegt in einer cleveren Verbindung zwischen physischer und digitaler Nähe. Raiffeisen will Menschen und technologischen Fortschritt gewinnbringend zusammenbringen. Daran werden wir auch im Jahr 2022 intensiv arbeiten.

Wie geht es 2022 mit der Strategieumsetzung konkret weiter?

Heinz Huber: Während der Fokus im vergangenen Jahr auf der Diversifikation des Geschäftsmodells lag, steht im Jahr 2022 dessen Optimierung im Zentrum. Wir werden Prozesse verbessern und effizienter werden. Damit entlasten wir die Mitarbeitenden der Raiffeisenbanken, sodass sie Zeit gewinnen für die persönliche Beratung. Weiter werden wir das neue Kundenerlebnisportal entwickeln. Voraussichtlich werden Privatkundinnen und -kunden bis Ende 2022 eine erste Vorabversion der neuen Anwendung testen können. Bis Ende 2025 sollen auf dem Portal alle digitalen Dienstleistungen von Raiffeisen zentral an einem Ort – und mit einem Login – abrufbar sein.

Wie erfolgt die Strategieumsetzung bei den Raiffeisenbanken?

Thomas A. Müller: Die Raiffeisenbanken sind eigenständig und haben ihre eigenen regionalen Strategien. Diese richten sich selbstredend

an den Zielen der gemeinsamen Gruppenstrategie aus. Die Gruppenstrategie wurde in Zusammenarbeit mit den Raiffeisenbanken entwickelt und wird entsprechend von ihnen mitgetragen. Partizipation und regionale Eigenständigkeit, gepaart mit der Schlagkraft der Gruppe, zeichnen unser genossenschaftliches Modell aus.

Hemmt das genossenschaftliche Modell nicht eher die Schlagkraft der neuen Strategie?

Thomas A. Müller: Im Gegenteil! Allen Raiffeisenbanken zentral ein allgemeingültiges Patentrezept zu verschreiben, würde unserem Modell nicht gerecht werden. Und unseren Kundinnen und Kunden auch nicht. Die einzelnen Raiffeisenbanken kennen ihre Region und die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden und berücksichtigen diese bei der Umsetzung der Gruppenstrategie. Wir brauchen mit diesem Vorgehen vielleicht länger als andere Unternehmen, es ist aber nachhaltiger und wir müssen unsere Strategie nicht jedes Jahr grundsätzlich überdenken.

«Es ist uns gelungen, unser Geschäftsmodell weiter zu diversifizieren.»

Heinz Huber
Vorsitzender der Geschäftsleitung Raiffeisen Schweiz



Genossenschaften stehen derzeit in der Kritik. Ist das Genossenschaftsmodell noch zeitgemäss für eine Bank?

Thomas A. Müller: Davon sind wir überzeugt. Die genossenschaftlichen Werte – Solidarität, Demokratie und Liberalität – treffen den Puls der Zeit bestens. Mitbestimmung, Nähe, klare Werthaltungen und Nachhaltigkeit sind gefragt. Gerade auch von der Kundschaft von morgen. Das können wir bieten. Damit der Genossenschaftsgedanke jedoch lebt, muss jedes Mitglied seine Stimme abgeben können und dieses Recht auch wahrnehmen. In Pandemiezeiten sind wir hier natürlich gefordert. Die meisten Generalversammlungen konnten im vergangenen Jahr nicht physisch durchgeführt werden und unsere Genossenschafterinnen und Genossenschafter haben ihr Mitbestimmungsrecht auf dem schriftlichen oder digitalen Weg wahrgenommen. Ich bin überzeugt, dass der digitale Weg zur Mitbestimmung in der Genossenschaft Zukunft hat. Aber er kann den physischen Austausch, das Beisammensein, nicht ersetzen. Die Gemeinschaft macht die Genossenschaft aus.

Worin unterscheidet sich die Führung einer Genossenschaft gegenüber jener anderer Gesellschaftsformen?

Thomas A. Müller: Die Unternehmenspolitik von Genossenschaften berücksichtigt die Interessen aller Anspruchsgruppen, also beispielsweise auch jene der Kundschaft, der Mitarbeitenden, der Lieferanten und der Gesellschaft. Die Ziele von Genossenschaften sind dadurch langfristiger ausgelegt und nachhaltiges Wirtschaften steht deutlich über der Gewinnmaximierung. Selbstverständlich arbeitet auch Raiffeisen darauf hin, die Gewinne zu optimieren. Sie werden jedoch bis zu 95 Prozent dafür eingesetzt, unsere Reserven zu stärken. Das macht Raiffeisen zu einer sicheren Bank. Was die Raiffeisen Gruppe sicherlich auch auszeichnet, ist Partizipation. Wir haben in den letzten Jahren unsere Genossenschaft modernisiert und die partizipativen Prozesse deutlich ausgebaut. In der Führung ist das aufwändiger und manchmal auch herausfordernd, die Resultate daraus haben sich aber bewährt. Entscheide sind dadurch transparenter, tragfähiger und nachhaltiger.



«Mitbestimmung, Nähe, klare Werthaltungen und Nachhaltigkeit sind gefragt.»

Thomas A. Müller
Präsident des Verwaltungsrats Raiffeisen Schweiz

Was wünschen Sie sich für das Jahr 2022, Thomas A. Müller?

Thomas A. Müller: Im geschäftlichen Umfeld bevorzuge ich erreichbare Zielsetzungen anstatt Wünsche. Ich freue mich auf viele Gelegenheiten für den persönlichen Austausch. Er ist Quelle für Vertrauen, Inspiration und Motivation. Weiter möchte ich, dass wir das Jahr als Gruppe tatkräftig und voller Energie angehen. Bereit, zu gestalten und zu bewegen, und dass wir unsere Ziele dabei nicht aus den Augen verlieren. Ich werde alles daransetzen, die Voraussetzungen dafür zu schaffen.

- 📄 Lebenslauf von Thomas A. Müller (report.raiffeisen.ch)
- 📄 Lebenslauf von Heinz Huber (report.raiffeisen.ch)





Wir machen den Weg frei

Das Jahr 2021 markierte den Start für die Umsetzung der Strategie «Raiffeisen 2025». Erste Erfolge sind bereits sichtbar. Wir haben unser Angebot an digitalen Lösungen erweitert, unser Geschäftsmodell weiter diversifiziert und waren dank unserer physischen Nähe durch die Raiffeisenbanken vor Ort eine verlässliche Partnerin für unsere Kundinnen und Kunden. Unserem Ziel, uns noch stärker von einer Produkt- zu einer Lösungsanbieterin zu entwickeln, sind wir 2021 ein grosses Stück nähergekommen.

Wir machen den Weg frei für...

	Passende Leistungen	
	Wir richten unsere Leistungen konsequent auf die Kundenbedürfnisse aus	28
	Lösungen aus einer Hand	
	Wir entwickeln unser Geschäft weiter zur Lösungsanbieterin	36
	Digitales und Praktisches	
	Wir nutzen aktiv neue Technologien	44
	Schnelles und einfaches Banking	
	Wir standardisieren und digitalisieren unsere Prozesse	52
	Eine nachhaltige Genossenschaft	
	Wir differenzieren uns als nachhaltige Genossenschaft	60
	Eine lernende Organisation	
	Wir entwickeln uns zu einer lernenden Organisation mit hoher Veränderungsfähigkeit	68



Weg frei für passende Leistungen

Wir richten unsere Leistungen konsequent auf die Kundenbedürfnisse aus

Was immer Ihr Ziel ist: Langfristige, partnerschaftliche Beziehungen sind für uns genauso wichtig wie gegenseitiges Vertrauen. Darum richten wir unsere Leistungen konsequent auf die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden aus.

Daran messen wir uns:

Anzahl Kundinnen und Kunden

Ziel 2021:	3,62 Millionen
Erreicht 2021:	3,61 Millionen
Ziel 2025:	≥ 3,86 Millionen

Auf einen Blick

Wir sind für unsere Kundinnen und Kunden persönlich da

Ob Anlegen, Vorsorgen, eine Zahlung tätigen oder ein Haus kaufen: Wir beraten unsere Kundinnen und Kunden ganzheitlich und auf Augenhöhe.

1 Beratung am Telefon, vor Ort oder digital

Wir kennen unsere Privat- und Firmenkunden persönlich und verfügen über das Know-how einer national tätigen Bank mit lokaler Verankerung. Im vergangenen Jahr haben wir unsere Kundinnen und Kunden über 3,68 Millionen Mal beraten dürfen – telefonisch, persönlich vor Ort in der Bank oder virtuell.

 Gut beraten zum eigenen Traumhaus (Seite 30)

3,68 Mio.

Beratungskontakte haben 2021 zwischen Kundinnen und Kunden und den Raiffeisenbanken stattgefunden.

2 Auf Augenhöhe mit KMU

Schon heute sind wir die führende Bank für KMU. Jedes dritte Unternehmen in der Schweiz vertraut Raiffeisen. Wir denken unternehmerisch und begegnen unseren 218'000 Firmenkunden auf Augenhöhe. Dass unsere Beraterinnen und Berater verstehen, wie Unternehmer denken und funktionieren, schlägt sich in der hohen Zahl Beratungskontakte im Jahr 2021 nieder.

 Einfacheres Unternehmerleben mit KMU eServices (Seite 34)

218'000

Unternehmen sind Kunden von Raiffeisen. Das sind rund 9'000 mehr als im Vorjahr.

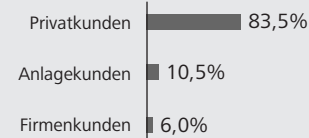
3 Nachhaltiger Vermögensaufbau für alle

Als Genossenschaftsbank wollen wir allen Menschen einen einfachen Zugang zu fairen, verständlichen Lösungen rund um Vermögensaufbau und Vermögenssicherung bieten. Aufgrund des anhaltenden Tiefzinsumfelds gewinnt Anlegen als Alternative zum Sparen weiter an Bedeutung. Bei diesem Übergang vom Sparen zum Anlegen unterstützen über 4'000 Beraterinnen und Berater unsere Kundinnen und Kunden.

 Nachhaltigkeit in den Vorsorge- und Anlagelösungen (Seite 31)

Kundenanzahl

in Prozent



Denkanstösse für eine langfristige Sanierung

Ob Küchen- oder Badumbau, energetische Sanierung, Dachisolation oder Heizungsersatz – früher oder später muss jede Liegenschaft auf Vordermann gebracht werden. Der Modernisierungsplaner von Raiffeisen hilft dabei, den Überblick zu behalten und Planungssicherheit zu erlangen.

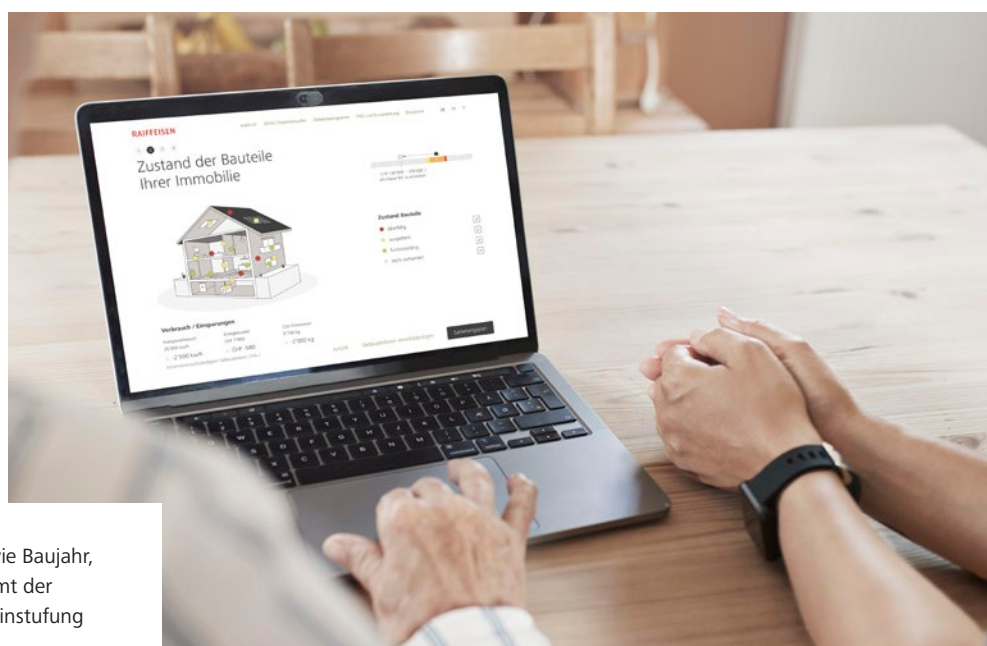
Mit dem Modernisierungsplaner kann der **finanzielle und zeitliche Rahmen einer Sanierung** bestimmt werden.

Der Sanierungsbedarf in der Schweiz ist beträchtlich, denn mehr als die Hälfte der Immobilien ist über 40 Jahre alt. Eine Liegenschaft zu sanieren geht allerdings nicht so leicht von der Hand; sie beansprucht Zeit und Geld, weshalb eine sorgfältige Planung unumgänglich ist. Dabei hilft der im März 2021 lancierte Raiffeisen Modernisierungsplaner «RALmo», der den Zustand der Immobilie analysiert und allfällige Massnahmen zur Modernisierung, inklusive Kostenschätzung, einfach, verständlich und nachvollziehbar vorschlägt.

Massnahmen koordinieren und abstimmen
Bestehende, aber auch künftige Liegenschaftsbesitzerinnen und -besitzer erhalten dadurch eine umfassende Analyse zur Ist-Situation der Immobilie. Diese umfasst insbesondere

Hinweise und Empfehlungen zu sinnvollen Modernisierungsmassnahmen, die ungefähren Investitionskosten sowie die Auswirkungen auf die Energieeffizienz des Gebäudes. «Im Rahmen eines Kundengesprächs bei der lokalen Raiffeisenbank gilt es beispielsweise eine geplante energetische Sanierung in einen Gesamtkontext zu stellen und frühzeitig auch die finanziellen Aspekte optimal zu planen», so Roland Altwegg, Departementsleiter Produkte & Investmentservices bei Raiffeisen Schweiz.

Ein Blick auf den Gesamtzustand des Gebäudes zeigt gegebenenfalls noch weitere Bauteile, bei denen eine Sanierung notwendig ist oder demnächst unumgänglich wird. Und bei einer langfristig geplanten Nutzung des Objekts stehen ganz unterschiedliche Modernisierungsvarianten



Aufgrund der verfügbaren Daten wie Baujahr, Ort, Wohnfläche und Heizung nimmt der Modernisierungsplaner eine erste Einstufung des Zustands der Gebäudeteile vor.

an. Die Massnahmen sind dabei nicht selten voneinander abhängig, wie etwa Fensterersatz und Fassade, Erneuerung und Dämmung oder Ausbaustandard und Raumeinteilung.

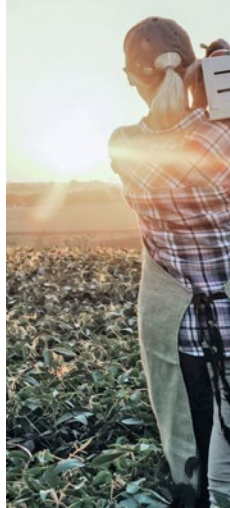
Eine gesamtheitliche Sicht

Mit dem Modernisierungsplaner steht den Raiffeisen-Beraterinnen und -Beratern ein praktisches und alltagstaugliches Hilfsmittel zur Verfügung. Auf der Raiffeisenbank vor Ort kann – neben der Simulation von Modernisierungsszenarien – der finanzielle und zeitliche Rahmen der Sanierung abgegrenzt und der Kontakt zu einer Fachperson hergestellt werden. Je nachdem ist auch die Erstellung eines  GEAK Plus (Beratungsbericht zur energetischen Sanierung) empfehlenswert.

Der Raiffeisen-Modernisierungsplaner basiert auf den Informationen vom Verein eVALO. Dahinter stehen Fachpersonen aus verschiedenen Branchen, die ihr Expertenwissen und ihre Erfahrung in die Applikation einfließen liessen. Aber: Die Applikation  eVALO fokussiert auf die energetischen Aspekte. «Der Modernisierungsplaner von Raiffeisen geht einen Schritt weiter und ermöglicht durch die Ergänzung der nicht energetischen Bauteile eine gesamtheitliche Sicht auf das Objekt», betont Roland Altwegg.

Raiffeisen macht mit dem Modernisierungsplaner, der an den Swiss App Awards 2021 zweimal Bronze erhielt, einen ersten Schritt in Richtung einer ganzheitlichen Wohneigentumsberatung. Der Fokus der Beratung soll sich dabei von der eigentlichen Objektfinanzierung hin zu einer umfassenden Sicht auf das Thema Wohneigentum verschieben und auch weitere Themenstellungen systematisch ansprechen.

 Mehr zur energetischen Sanierung auf raiffeisencasa.ch



Anlegen wird noch nachhaltiger

Immer mehr Anlegerinnen und Anleger möchten mit ihren Investments eine positive Wirkung erzielen. Raiffeisen hat dazu im Jahr 2021 ihr Vorsorge- und Anlageangebot in mehreren Schritten noch umfassender auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.

Jahr für Jahr steigt das Volumen nachhaltiger Geldanlagen in der Schweiz. Und das hat laut Patrik A. Janovjak, Leiter Investment & Vorsorge Center bei Raiffeisen Schweiz, gute Gründe: «Verantwortungsvolles, zukunftsorientiertes Handeln zahlt sich langfristig sowohl für Unternehmen wie auch für Investorinnen und Investoren aus. Denn nachhaltige Investitionen können nicht nur Positives für Umwelt und Gesellschaft bewirken, sondern potenziell auch die Renditechancen erhöhen und das Anlagerisiko senken.»

94 Prozent des Fondsvolumens nachhaltig angelegt

Vor über zwanzig Jahren hat Raiffeisen ihre ersten auf Nachhaltigkeit ausgerichteten Fonds unter dem Label «Futura» lanciert und ihr Angebot an nachhaltigen Vorsorge- und Anlagelösungen seither kontinuierlich ausgebaut.

Mitte 2021 machte Raiffeisen einen weiteren grossen Schritt in Richtung des strategischen Ziels, Nachhaltigkeitsaspekte systematisch und konsequent in ihre Vorsorge- und Anlageproduktpalette zu integrieren.

Per Anfang Juli 2021 wurden bis auf wenige Ausnahmen die übrigen Raiffeisen-Fonds auf den Futura-Ansatz ausgerichtet. Damit stieg der Anteil der Futura-Fonds am Gesamtfondsvolumen aller Raiffeisen-Fonds auf über 94 Prozent.

«Verantwortungsvolles Handeln zahlt sich langfristig für Unternehmen sowie für Investorinnen und Investoren aus.»

Patrik A. Janovjak

Leiter Investment & Vorsorge Center bei Raiffeisen Schweiz



Er hat die Nusstörtli nach New York gebracht

Reto Schmid ist 48 Jahre alt und in Sedrun aufgewachsen. Nach seiner Bäcker-Konditor-Lehre im familieneigenen Betrieb absolvierte er eine Confiseurlehre in Zug. 2004 übernahm er den elterlichen Betrieb «La Conditoria» mit Bäckerei und Café. Heute beschäftigt er ganzjährig fast 50 Mitarbeitende und tüfelt laufend an neuen Produkten.



**«Ich esse jeden Tag
mindestens ein Nusstörtli –
Qualitätssicherung muss
sein.»**

Reto Schmid

Inhaber und Geschäftsführer «La Conditoria»



Ein sonniger Donnerstagnachmittag mitten im Winter. Viele Schneesportlerinnen und -sportler besuchen das Café Dulezi, das zum Bäckerei- und Konditoreibetrieb von Reto Schmid gehört. Bei einer Tasse Tee wollen sie sich aufwärmen. Dazu serviert wird eine besondere Spezialität: die wohl kleinste Bündner Nusstorte der Welt.

Nusstörtli in Südkorea und New York

Mit dieser Erfindung änderte sich für Reto Schmid einiges: «Unsere Nusstörtli finden auf der ganzen Welt Anklang – Südkorea und New York zählen zu den grössten Abnehmern», erzählt er. Mit den zusätzlichen Absatzmärkten erhöhte sich der Anspruch an die Produktion. In der neuen Produktionsstätte, die im Sommer 2020 eröffnet wurde, können bis zu 18'000 Nusstörtli pro Stunde produziert werden.

Dank der Nusstörtli kann Reto Schmid in einer ansonsten stark vom Tourismus abhängigen Region ganzjährig rund 50 Mitarbeitende beschäftigen. Dies war aus seiner Sicht mit einer der Gründe, weshalb sich die lokale Raiffeisenbank von seinen doch riskanten

Expansionsplänen überzeugen liess. «Eine derart grosse Produktionsstätte in einem Ort aufzubauen, der sonst nur vom Tourismus lebt, birgt natürlich einige Risiken. Mit Raiffeisen habe ich die Partnerin gefunden, die bereit war, dieses Risiko mit mir einzugehen.»

Den Bankberater im Café treffen

Raiffeisen berät Reto Schmid seit der Übernahme des elterlichen Betriebes im Jahr 2004. Insbesondere der digitale Zahlungsverkehr ist für ihn im Umgang mit internationalen Kundinnen und Kunden wichtig. Neben kompetenter Beratung und innovativen, digitalen Lösungen spielt für ihn auch Vertrauen eine grosse Rolle. Verständlich, denn in einem kleinen Dorf wie Sedrun kennt man die Mitarbeitenden der lokalen Raiffeisenbank natürlich persönlich. «Das beste Zeichen für mich ist, wenn ich meinen Bankberater bei mir im Café und nicht in meinem oder seinem Büro treffe. Das bedeutet, dass alles reibungslos läuft und ich mehr Zeit habe, um mich den für mich wirklich wichtigen Dingen zu widmen – dem Tüfteln an neuen Produkten.»



Sicher, bequem, persönlich: KMU eServices

Raiffeisen KMU eServices, die Komplettlösung für den Zahlungsverkehr und das betriebliche Cash Management, ist im September 2021 eingeführt worden. Markus Beck, Leiter Zahlungsverkehr Firmenkunden bei Raiffeisen Schweiz, zeigt auf, was die digitale Plattform kann.

Raiffeisen KMU eServices ist eine digitale, multibankfähige Plattform für Unternehmen, auf der Bankgeschäfte einfach und sicher erledigt werden können. Mit der Plattform baut Raiffeisen im Zuge der Gruppenstrategie ihre digitalen Kundenkanäle weiter aus.

Markus Beck, was bringt Raiffeisen KMU eServices den Unternehmen?

In der Regel führen Unternehmen mehrere Bankbeziehungen. Das ist aufwändig und mühsam, denn es braucht verschiedene Logins. Auch ist es nicht einfach, Liquiditätsübersichten zu erstellen, und die Liquidität kann nur schwer gesteuert werden. Das muss nicht sein. Auf der digitalen Bankingplattform KMU eServices finden Unternehmen alles, was sie für die Steuerung ihres Zahlungsverkehrs und ihrer Liquidität benötigen. Verschiedene Banken, Konten und Währungen sind mit einem Login verfügbar.

Für welche Unternehmen eignet sich Raiffeisen KMU eServices?

Die digitale Plattform ist grundsätzlich für alle Unternehmen mit Buchhaltungssystem

geeignet. Sie können aus drei Modulen wählen: Das Modul «Payments» vereinfacht den Zahlungsverkehr, der auf der Plattform zusammengeführt wird. Das Zusatzmodul «Multi-banking» öffnet die Plattform mit all ihren Funktionen auch für Konten bei Drittbanken. Das Zusatzmodul «Cash Management» stützt Nutzerinnen und Nutzer mit Hilfsmitteln zur Liquiditätsplanung und -steuerung über alle angebundenen Konten aus, was den Aufwand für den Liquiditätsausgleich reduziert.

Wie sicher ist KMU eServices?

Raiffeisen KMU eServices wird mit dem Buchhaltungssystem des Unternehmens verknüpft und verwendet für den Datenaustausch die sichere EBICS-Standardschnittstelle. EBICS steht für Electronic Banking Internet Communication Standard und wird von vielen Unternehmen und Finanzinstituten verwendet. Zahlungen können im geschützten Bereich von KMU eServices freigegeben werden und sind damit sicher.

Seit September 2021 steht **KMU eServices** den **Firmenkunden** zur Verfügung.



«KMU eServices ist grundsätzlich für alle Unternehmen mit Buchhaltungssystem geeignet.»

Markus Beck

Leiter Zahlungsverkehr Firmenkunden
bei Raiffeisen Schweiz

Inwieweit hebt sich KMU eServices von anderen Angeboten ab?

Kundinnen und Kunden können das individuell konfigurierbare Dashboard mit den integrierten Hilfsmitteln zur einfachen Überwachung, Planung und Steuerung der Liquidität auf ihre persönlichen Bedürfnisse anpassen. Das sind wertvolle Unterscheidungsmerkmale, die unsere Firmenkunden schätzen.

📺 KMU eServices kennenlernen unter raiffeisen.ch/kmu-eservices

«Goldener David» geht an Krummen Kerzers AG

Erstmals in seiner Geschichte ist der Raiffeisen Unternehmerpreis dieses Jahr an ein KMU aus der Region Espace Mittelland vergeben worden. Der «Goldene David» ging an den Logistikdienstleister Krummen Kerzers, den Publikumspreis hat die als «Murmelsalbe-Spezialistin» bekannte Puralpina AG gewonnen.

Der im Jahre 2017 ins Leben gerufene Unternehmerpreis zeichnet seither jährlich Unternehmen in verschiedenen Regionen der Schweiz aus. Als regional verankerte Schweizer Bankengruppe fühlen wir uns mit den KMU verbunden. Anders als bei anderen Unternehmerpreisen können sich die KMU selbst für den Preis bewerben. Eine Expertenjury wählt daraus die sechs Besten aus: Diese Unternehmen bleiben auch in Krisen auf Erfolgskurs, meistern Herausforderungen mit Bravour und handeln dabei umwelt- und sozialgerecht.

📺 Videointerview mit den Gewinnern unter raiffeisen.ch/unternehmerpreis

Die Trophäe

Der «Goldene David» stellt David im Kampf gegen Goliath dar. Damit wird Bezug auf die vielen KMU genommen, die oft im Schatten grösserer Unternehmen stehen. Der Preis steht für Mut, Durchhaltvermögen und Erfolg dank nachhaltigem Denken und Handeln. Die Auszeichnung ist mit 6'000 Franken dotiert.

Weg frei für Lösungen aus einer Hand

Wir entwickeln unser Geschäft weiter
zur Lösungsanbieterin

**Was immer Ihr Ziel ist: Wir entwickeln uns
weiter zur Lösungsanbieterin und unterstüt-
zen unsere Kundinnen und Kunden dabei,
ihre persönlichen Bedürfnisse, Wünsche und
Träume zu realisieren.**

Daran messen wir uns:

Anteil indifferentes Geschäft am Geschäftsertrag

Ziel 2021: 23%

Erreicht 2021: 23%

Ziel 2025: $\geq 30\%$

Auf einen Blick

Ganzheitlich auf Kundenbedürfnisse eingehen

Individuelle Lösungen statt standardisierter Produkte: Dafür verzahnen wir klassische Bankdienstleistungen mit branchenfremden Services und bringen zusammen, was Mehrwert bietet.

1

Unschlagbare Kundennähe

219 Banken, 820 Geschäftsstellen, 1'732 Bancomaten schweizweit. Physische Nähe schafft emotionale Nähe. Die persönliche Beratung bleibt unersetzlich. In Zukunft wird Raiffeisen diese einzigartige Kundennähe weiter durch digitale Schnittstellen ergänzen. Dabei ist ein nahtloser Wechsel zwischen digitalen Lösungen und physischer Beratung jederzeit und in beide Richtungen möglich.

☞ Während des Beratungsgesprächs Sanierungspotenzial entdecken (Seite 38)

219

Banken

820

Geschäftsstellen

2

Das Vermögen in sicheren Händen

Über 12'000 neue Vermögensverwaltungsmandate wurden 2021 abgeschlossen. Das sind 50 pro Arbeitstag. Mit einem Vermögensverwaltungsmandat können sich unsere Kundinnen und Kunden darauf verlassen, dass ihr Vermögen konsequent entsprechend ihrer individuellen Anlagestrategie und nachhaltig investiert ist, während sie selbst keine Gedanken und Zeit für die aktive Bewirtschaftung opfern müssen.

☞ Abgesichert dank der Kooperation mit der Mobiliar (Seite 43)

12'000

Vermögensverwaltungsmandate wurden 2021 abgeschlossen.

3

Auch nicht alltägliche Beratungsbedürfnisse abgedeckt

Manchmal stehen unsere Kundinnen und Kunden vor nicht ganz alltäglichen Fragen. So etwa, wenn es um die Nachfolgeregelung im eigenen Unternehmen oder den Immobilienverkauf geht. In solchen Fällen können die Kundenberaterinnen und Kundenberater auf Unterstützung innerhalb der Raiffeisen Gruppe zurückgreifen und Spezialisten des Raiffeisen Unternehmerzentrums (RUZ) oder der Raiffeisen Immo AG beiziehen.

☞ Ein nicht alltäglicher Wohnraum (Seite 40)

Über **370**

Firmenkundenberaterinnen und -berater sind für unsere KMU-Kunden im Einsatz.



Von der Hypothek zum «Wohnen»

Trotz anhaltendem Erfolg macht sich Raiffeisen frühzeitig Gedanken über die Zukunft – gerade wenn es um ihr Kerngeschäft geht. Raiffeisen setzt dabei unter anderem auf den Ökosystem-Ansatz.

Jede 5.

Hypothek in der Schweiz wird von Raiffeisen vergeben.

Hierzulande wird knapp jede fünfte Hypothek bei einer der über 200 Raiffeisenbanken abgeschlossen. Dadurch kennt Raiffeisen die Herausforderungen und Wünsche der angehenden und bestehenden Eigenheimbesitzerinnen und -besitzer wie kaum eine andere Bank. Diese Ausgangslage nutzt Raiffeisen, um neue Lösungen im Bereich Wohnen zu entwickeln. Die damit verbundene Erweiterung der Wertschöpfungskette lässt sich unter dem Begriff «Ökosystem Wohnen» zusammenfassen.

Beratung bleibt zentral

Ein Kernmerkmal von Ökosystemen liegt darin, dass die Wertschöpfung durch einen Verbund von Unternehmen erbracht wird. Raiffeisen setzt hier auf eigene Tochterunternehmen (RaiffeisenCasa), auf Spin-offs für die schnelle und agile Umsetzung digitaler Dienstleistungen wie die Wohneigentumsplattform Liiva

(Seite 42) sowie lokale und nationale Partner. Auf der Basis dieses sich ständig verändernden Netzwerks möchte Raiffeisen angehende und bestehende Wohneigentümerinnen und Wohneigentümer langfristig, umfassend, wiederkehrend und optimal begleiten. Bei den Raiffeisenbanken, die heute schon mehr als nur die Vermittlung von Hypotheken anbieten, steht der persönliche Kundenkontakt seit jeher im Zentrum des Geschäftsmodells. Die persönliche Beratung bleibt zentral und wird von nun an noch umfassender mit zeitgemässen digitalen Lösungen kombiniert.

Neue Zusammenarbeitsformen

Für Raiffeisen hat sich die intensive Auseinandersetzung mit dem Thema «Ökosysteme» schon jetzt mehr als gelohnt. Es hat sich gezeigt, dass es sich bei der Erschliessung von Ökosystemen nicht in erster Linie um



«Ökosysteme entstehen nicht von heute auf morgen – es benötigt Zeit und eine feste Verankerung in der Organisation, um spürbare Fortschritte erkennen zu können.»

Roland Altwegg

Departementsleiter Produkte & Investmentservices
bei Raiffeisen Schweiz

IT-Umsetzungsprojekte zur Lancierung neuer digitaler Angebote handelt. Mit dem Ökosystem-Denken wird vielmehr ein langfristiger Wandel angestoßen, der neue Geschäftsmodelle, Zusammenarbeits- und Denkformen fordert und fördert.

Raiffeisen ist überzeugt, dass der konsequente Fokus auf Kundenbedürfnisse in Form von Ökosystemen unmittelbaren Mehrwert stiftet, den Kundenkontakt nachhaltig sichert und teilnehmende Unternehmen langfristig erfolgreich macht. «Ökosysteme entstehen nicht von heute auf morgen – es benötigt Zeit und eine feste Verankerung in der Organisation, um spürbare Fortschritte erkennen zu können», ist Roland Altwegg, Departementsleiter Produkte & Investmentservices bei Raiffeisen Schweiz, überzeugt.

Was ist ein Ökosystem?

Die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden gehen über traditionelle Bankdienstleistungen hinaus. Darum wollen wir die erforderlichen Partnerunternehmen sowie Anbieterinnen und Anbieter zusammenbringen. In einem solchen Ökosystem bringen alle Akteure und Partner ihr spezifisches Fachwissen ein und verbinden bestehende Angebote mit neuen Ideen. Aus Produkt- werden Lösungsanbieter. Durch die Partnerschaft mit der Mobiliar will Raiffeisen das Ökosystem im Bereich Wohnen weiter ausbauen. Doch auch in anderen Themenfeldern – beispielsweise im Bereich KMU – will Raiffeisen ihr Geschäftsmodell weiterentwickeln und mittels Ökosystemen Bankdienstleistungen mit anderen Services verzahnen. Kundinnen und Kunden profitieren damit von gebündelten Kompetenzen verschiedener Anbieter, finden alles an einem Ort und sparen so Zeit.



«Uns war das Wohnen wichtig»

Das Ehepaar Nyffeler-Suljic hat sich in Allschwil (BL) den Traum vom Eigenheim erfüllt. Dass daraus ein fast vierjähriges Umbauvorhaben würde, hätte zu Beginn niemand gedacht. Doch Zeit, Energie und Geduld haben sich gelohnt: Heute strahlt das denkmalgeschützte Fachwerkhaus von aussen wie von innen.





Ein denkmalgeschütztes, umbaubedürftiges Haus: Was war Ihre Motivation, dieses zu kaufen?

Maja Nyffeler-Suljic: Wir waren bereits länger auf der Suche. Doch irgendwie hat uns nichts von dem, was wir gesehen haben, überzeugt. Uns fehlte der Charme, das Persönliche. Als wir das Fachwerkhaus bei der ersten Besichtigung von innen gesehen haben, waren wir allerdings etwas überrascht. Der Zustand der Innenräume liess doch sehr zu wünschen übrig. Das hatte aber auch seinen Reiz; wir würden Hand anlegen können.

Sie haben das Haus 2016 gekauft, 2020 war es einzugsbereit. Was waren die Hauptgründe für die Verzögerungen?

Maja Nyffeler-Suljic: Zum einen haben wir alles, was wir im und am Haus selbst machen konnten, selbst umgesetzt. Zum anderen haben wir einige spezielle, moderne Elemente integriert, wie beispielsweise die beiden Dachgauben oder den begehbaren Glasboden. Derartige bauliche Massnahmen mit altem Bestand zu kombinieren, ist komplex und kann nur schwer im Voraus geplant werden.

Was war Ihnen beim Umbau denn besonders wichtig?

Maja Nyffeler-Suljic: Da es sich um ein denkmalgeschütztes Haus handelt, war die Fassade vorgegeben. Das hat für uns aber keine Rolle gespielt. Von aussen konnten und wollten wir das Haus nicht verändern. Uns war das Wohnen wichtig, dieser Teil lag uns am Herzen. Der einzige äusserliche Eingriff war der Einbau der Dachgauben – eine Art Dachaufbau mit Fenster im geneigten Dach.



«Mit unserem Kundenberater haben wir uns während der gesamten Bauphase eng ausgetauscht.»

Daniel Nyffeler
Raiffeisenkunde

Beim Kauf einer Immobilie kommt früher oder später auch die Frage nach der Finanzierung auf. Wann und wie haben Sie sich darum gekümmert?

Daniel Nyffeler: Um die Finanzierung haben wir uns sehr früh gekümmert. Nachdem wir das Haus gesehen hatten, war der nächste Schritt klar: der Gang zur Bank, um unsere Wunschimmobilie zu finanzieren. Zunächst haben wir uns mit zwei Banken ausgetauscht. Die eine wollte aufgrund des Denkmalschutzes gar nicht finanzieren und die andere nur bei einem Eigenmittelanteil von 50 Prozent. Das war keine Option für uns.

Und dann kam Raiffeisen ins Spiel?

Daniel Nyffeler: Genau. Ein Arbeitskollege hat mir den Kundenberater Dominik Waeckerlin von der Raiffeisenbank Basel empfohlen. Ich ging auf ihn zu und schilderte ihm unser Vorhaben. Maja und ich haben schnell gemerkt, dass Dominik ein ähnliches Wohnverständnis hat wie wir. Ihm war schnell klar, dass wir realistisch arbeiten und planen und insbesondere dass Maja als Architektin vom Fach ist. Wir haben uns während der gesamten Bauphase sehr eng miteinander ausgetauscht. Heute verbindet uns nicht nur die Bankbeziehung, wir sind sogar miteinander befreundet.



Digitale Begleiterin für jeden Wohnraum

Wer auf der Suche nach einem Traumhaus ist oder sein Eigenheim einfach und effizient verwalten, optimieren oder modernisieren möchte, musste bislang im Internet mehrere Plattformen zu Rate ziehen. Seit August 2021 und mit der Lancierung der Wohneigentumsplattform Liiva ist dies jetzt hinfällig.

Ein Immobilienkauf ist anspruchsvoll und komplex. Es gilt die richtigen Entscheidungen zu treffen, Eventualitäten einzubeziehen und den Überblick zu bewahren. Der Erwerb eines Eigenheims ist aber auch ein sehr emotionales und weitreichendes Thema. Ein Immobilienkauf bedeutet für viele Menschen die Erfüllung eines langersehnten Traums, bringt aber meist gleichzeitig die wohl grösste Investition im Leben mit sich.

Für all die zahlreichen Herausforderungen bietet die Wohneigentumsplattform Liiva, eine gemeinsame Lösung von Raiffeisen und der Mobiliar, Unterstützung und Begleitung. Liiva ist die erste digitale Plattform in der Schweiz, die im Bereich privates Wohneigentum alle Themen von A bis Z abdecken möchte. Sie ist aktuell in die Module «Kaufen» und «Wohnen» unterteilt, noch im Verlauf des Jahres 2022 folgt mit «Verkaufen» die dritte Dienstleistung.

Traumimmobilie durchleuchten

Im Bereich «Kaufen» sind rund 90 Prozent aller schweizweit online verfügbaren Immobilieninserate aufgeschaltet. Liiva ergänzt dabei die Inserate mit wertvollen Zusatzinformationen wie Angaben zum Steuersatz, Entfernung zum nächsten Grosszentrum, Angaben zum Standort etc. Wer an einem Objekt interessiert ist, kann dieses als digitales Dossier abspeichern und in einer praktischen Übersicht mit weiteren interessanten Liegenschaften vergleichen. Zudem bietet Liiva die Möglichkeit der Marktwertschätzung, der Analyse des

Gemeinsame Sache

Liiva ist ein Joint Venture aus der strategischen Partnerschaft zwischen Raiffeisen und der Mobiliar. Die Liiva AG mit Sitz in Zürich wurde im Januar 2021 gegründet, mit einer Beteiligung der beiden Mutterhäuser zu je 50 Prozent. Die Plattform ist seit dem 16. August 2021 live, sie wird stetig weiterentwickelt und mit spannenden zusätzlichen Funktionen ausgebaut. liiva.ch

Gebäudezustandes sowie einer Investitionskostenschätzung – dies alles noch, bevor die Liegenschaft übernommen wird. So wissen Kaufinteressenten genau, was punkto Kosten auf sie zukommen wird.

Mit dem Modul «Wohnen» behalten sämtliche Liegenschaftsbesitzerinnen und -besitzer ihr Zuhause im Überblick: Der aktuelle Gebäudezustand lässt sich ermitteln, ebenso der Marktwert. Der Modernisierungsassistent gibt Aufschluss darüber, welche Gebäudeteile zu welchem Zeitpunkt ersetzt werden müssen und mit welchen Kosten ungefähr zu rechnen ist.

Wichtige Dokumente zentral abgelegt

Liiva komplettiert den «Wohnbereich» mit der Funktion eines digitalen Liegenschaftsordners, analog dem Serviceheft für ein Auto. Mit dem Hochladen von beispielsweise Handwerkerrechnungen, Garantiebelegen oder Hypothekerverträgen ist die Verwaltung des Objekts stets dokumentiert. Bei einem allfälligen

Verkauf oder der Übergabe der Liegenschaft ist dadurch der Unterhalt für die Übernahmepartei bestens nachvollziehbar.

Die Wohneigentumsplattform ist mit der Beratungskompetenz, der lokalen Kenntnis und Erfahrung der Raiffeisenbanken und Mobiliar-

Der Erwerb eines Eigenheims ist ein sehr emotionales und weitreichendes Thema – Liiva hilft weiter.

Generalagenturen verknüpft. Liiva dient zwar als Self-Service-Plattform – sobald jedoch eine Beratung notwendig wird, kommen die Beraterinnen und Berater bei der Bank ins Spiel.

📄 Liiva kennenlernen auf liiva.ch

Raiffeisen und die Mobiliar – das passt einfach zusammen

Raiffeisen und die Mobiliar verbindet nicht nur die Farbe Rot, Marktführerschaft und Kundenloyalität. Seit Anfang 2021 sind die beiden starken, genossenschaftlich verankerten Unternehmen gemeinsam im Markt unterwegs.

Als verlässliche und kompetente Partnerin begleitet Raiffeisen ihre Kundschaft seit jeher bei allen finanziellen Fragestellungen. Diese Ausrichtung verfolgt Raiffeisen durch die Zusammenarbeit mit Mobiliar konsequent weiter, damit Kundinnen und Kunden beider Unternehmen in jeder Lebenslage rundum finanziell abgesichert sind.

Die Mobiliar als Nummer 1 unter den Haushaltversicherern offeriert Versicherungslösungen aller Art, unter anderem für Wertgegenstände, Fahrzeuge, Gebäude, Tiere, aber auch um den gewohnten Lebensstandard im Falle einer Erwerbsunfähigkeit abzusichern. Seit Anfang Jahr bietet Raiffeisen dieses Angebot auch

Kundinnen und Kunden im Rahmen einer ganzheitlichen Beratung an.

Die Kooperation steht und fällt mit der Zusammenarbeit vor Ort und dem engen, regelmäßigen Austausch. Besonders erfreulich ist deshalb, dass sich fast alle Raiffeisenbanken und Mobiliar-Generalagenturen im letzten Jahr gegenseitig erfolgreich Geschäfte vermittelt haben. Diese hohe Durchdringung ist auch ein Ergebnis der Nähe, die beide Partnerinnen zu ihren Kundinnen und Kunden pflegen.

Physische und geografische Nähe sind – neben den genossenschaftlichen Wurzeln – zudem zentrale Werte, die Raiffeisen und die Mobiliar verbinden. Gemeinsame Initiativen wie regionale Kundenevents, Fachreferate zu Versicherungs- und bankspezifischen Themen, Marketingauftritte in Form von Messeständen oder geplante gemeinsame Standorte unterstreichen, dass die Partnerschaft offensichtlich gelebt wird.



📄 Mehr zur Partnerschaft mit der Mobiliar auf raiffeisen.ch/mobiliar

Weg frei für Digitales und Praktisches

Wir nutzen aktiv neue Technologien

Was immer Ihr Ziel ist: Wir wollen dafür sorgen, dass all unsere Dienstleistungen auf einen Klick verfügbar sind – und unsere Kundinnen und Kunden gleichzeitig persönlich beraten werden. Darum nutzen wir neue Technologien, um ein einzigartiges Kundenerlebnis zu schaffen.

Daran messen wir uns:

Hauptbankbeziehung

Anteil der Privatkundinnen und -kunden, die einen Hauptteil ihrer Bankgeschäfte bei Raiffeisen tätigen*

Ziel 2021: 31%

Erreicht 2021: 34%

Ziel 2025: $\geq 36\%$

* Berechnung auf Basis der Produktnutzung

Auf einen Blick

Die digitale Welt auf einen Klick

Wir verbinden Menschen und schaffen ein einzigartiges Kundenerlebnis. Und weil ein Klick viel bewegen kann, investieren wir in den Ausbau unserer digitalen Kanäle.

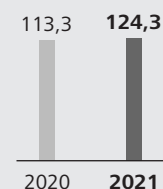
1 124 Millionen Mal eingeloggt

Das E-Banking ist der meistgenutzte Interaktionskanal zwischen den Kundinnen und Kunden und ihrer Raiffeisenbank. Insgesamt haben sich 2021 die über 1,65 Millionen Nutzerinnen und Nutzer (Vorjahr: 1,54 Millionen) mehr als 124,3 Millionen Mal (Vorjahr: 113,3 Millionen) in das E-Banking eingeloggt – über 51 Prozent davon auf dem Smartphone (Vorjahr: 49 Prozent). Täglich verarbeitet das System über 426'000 Zahlungen.

📄 Das E-Banking wird zum Kundenerlebnisportal (Seite 46)

E-Banking-Nutzung

Anzahl Logins (in Mio.)



2 Raiffeisen Twint im Höhenflug

200'000 neue Nutzerinnen und Nutzer haben 2021 die Raiffeisen-Twint-App heruntergeladen. Die aktive Nutzungsrate der insgesamt 900'000 Raiffeisen-Twint-erinnen und -twiner liegt bei 70 Prozent. Beliebte Einsatzmöglichkeiten sind Geldtransfers unter Freunden und Bekannten, Online-Shopping, Einkäufe in Hofläden sowie bargeldloses Parkieren.

📄 Mit Twint Geld verschicken, mit Rio Geld anlegen (Seite 47)

900'000

Nutzerinnen und Nutzer nutzen Raiffeisen-Twint. Das sind **30 Prozent** mehr als im Vorjahr.

3 Digital rechnen und planen

Wissen Sie, ob Sie sich eine Frühpensionierung leisten können? Reichen die finanziellen Mittel für den Kauf eines Hauses? Und wie lange und mit welchem Risiko muss ich einen Sparbatzen anlegen, um mir einen lang ersehnten Traum zu erfüllen? Diese und viele weitere Fragen beantworten die insgesamt 15 interaktiven digitalen Tools und Rechner von Raiffeisen.

📄 Die Vorsorgelücke mit der digitalen Säule 3a schliessen (Seite 50)

15

Tools und Rechner machen das Vorsorgen, Anlegen, Sparen und Planen einfacher.

Das E-Banking der Zukunft

Raiffeisen entwickelt bis Ende 2025 ein neues Kundenerlebnisportal, welches sämtliche digitalen Angebote bündelt. Projektleiter Andri Stoffel erklärt die Hintergründe zum Projekt und was Kundinnen und Kunden 2022 bereits erwarten dürfen.

Kundenerlebnisportal

Das neue Portal wird zunächst als Mobile-App zur Verfügung stehen und neben E-Banking-Funktionalitäten diverse Self-Service-Leistungen anbieten.

Andri Stoffel, das neue Raiffeisenportal soll ein nahtloses, digitales Kundenerlebnis ermöglichen. Was versteht man unter «Kundenerlebnis»?

Kundenerlebnis steht für sämtliche Interaktionen, die eine Kundin oder ein Kunde mit Raiffeisen hat – sei dies vor Ort in seiner Bank oder digital. Zentral ist dabei, wie diese Interaktionen gestaltet und bewertet werden. Mit dem Kundenerlebnisportal möchten wir unseren Kundinnen und Kunden ein einfaches und authentisches Kundenerlebnis bieten, welches sich an den individuellen Bedürfnissen orientiert und auf diese eingeht. Unser Ziel ist es, die Nutzerinnen und Nutzer positiv zu überraschen.

Das Kundenerlebnisportal ist eines der grössten Vorhaben der Strategie «Raiffeisen 2025». Wie geht man so ein komplexes Projekt an?

Die Vorbereitungsarbeiten haben bereits Mitte 2020 gestartet. Gleichzeitig wurde eine umfassende Organisation aufgebaut, was bei solch komplexen Vorhaben essenziell ist, da insgesamt über 200 Personen aus den verschiedensten Bereichen von Raiffeisen involviert sind. Zusätzlich werden auch die einzelnen Raiffeisenbanken fortlaufend einbezogen, um eine optimale Ausrichtung des Portals auf Kunden- und Marktbedürfnisse zu gewährleisten. Nach einer umfassenden Plattformevaluation haben wir die technische Portalentwicklung im Herbst 2021 in Zusammenarbeit mit dem Softwareunternehmen Backbase gestartet.

Die Entwicklungsarbeiten für das Kundenerlebnisportal laufen also bereits. Was können Kundinnen und Kunden 2022 erwarten?

Das Kundenerlebnisportal wird zunächst als mobile App zur Verfügung stehen und wird neben E-Banking-Funktionalitäten diverse Self-Service-Leistungen anbieten, wie zum Beispiel Bestellungen, Adressänderungen oder die digitale Kontoeröffnung. Nach einer ersten internen Testphase mit Mitarbeitenden möchten wir im Verlauf des Jahres auch den ersten Kundinnen und Kunden das Testen der App ermöglichen. Wir haben den Prozess bewusst so ausgelegt, dass Banken- und Kundenfeedbacks fortlaufend in die Produktentwicklung einfließen, um unsere gesteckten Ziele zu erreichen. Ende 2022 planen wir dann, das neue Kundenerlebnisportal für interessierte Kundinnen und Kunden in einer ersten Vorabversion zu lancieren. Diese wird danach laufend entlang der Kundenbedürfnisse optimiert und erweitert werden. Die App wird dann bis 2025 fortlaufend um Funktionalitäten ergänzt und zu einer vollwertigen, modernen E-Banking-Lösung entwickelt.



«Ende 2022 planen wir, das neue Kundenerlebnisportal in einer ersten Vorabversion zu lancieren.»

Andri Stoffel
Projektleiter Kundenerlebnisportal
bei Raiffeisen Schweiz

Raiffeisen Rio entwickelt sich weiter

Wer per App einfach und professionell anlegen möchte, der ist seit über einem Jahr mit der digitalen Vermögensverwaltung Raiffeisen Rio gut bedient. Die 2021 realisierten Neuerungen bei Rio geben Anlegerinnen und Anlegern noch mehr Möglichkeiten an die Hand.

11'000 CHF

investieren Rio-Anlegerinnen und -Anleger im Durchschnitt.

Nach sieben Minuten und ab 5'000 Franken ist man dabei: Die Voraussetzungen, die digitale Vermögensverwaltung Raiffeisen Rio zu nutzen, sind bewusst tief gehalten. «Wir wollen mit Raiffeisen Rio möglichst vielen Menschen in der Schweiz zu einer professionellen Vermögensverwaltung verhelfen. Das ist auch bei kleineren Vermögen sehr wichtig, um das Optimum aus seinem Geld herauszuholen», erläutert Laure Frank, Leiterin Digital Business.

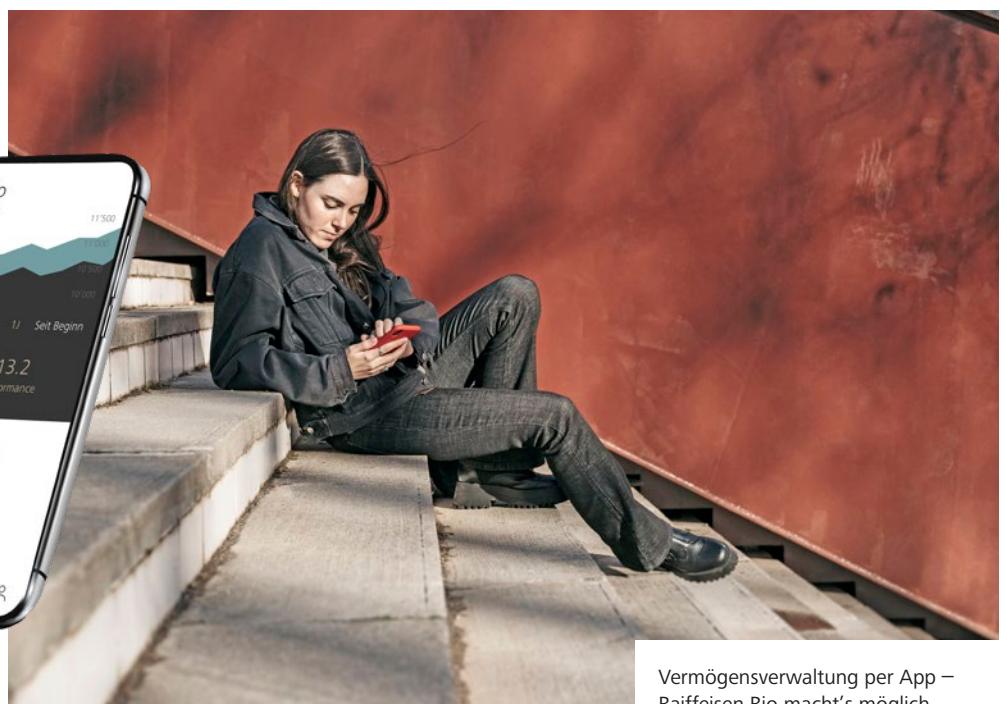
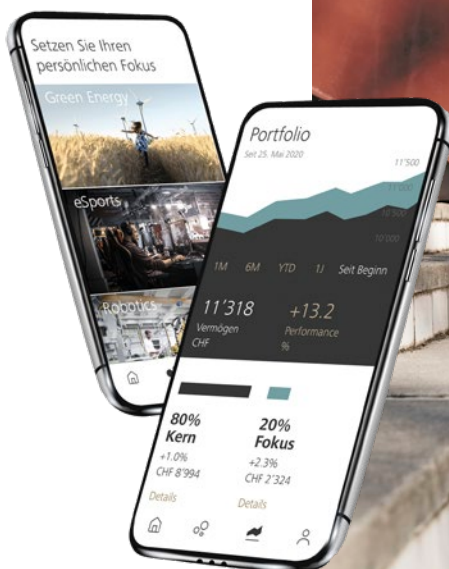
Anlegen mit Fokus

Mit Rio wird Raiffeisen dem Bedürfnis nach einfachen, zeit- und ortsunabhängigen Anlageservices gerecht. Speziell für jüngere Anlegerinnen und Anleger ist diese Flexibilität matchentscheidend. Die Nutzerzahlen von Raiffeisen Rio zeigen, dass die Anlage-App aber alle Altersgruppen anspricht. Im Durchschnitt ist ein

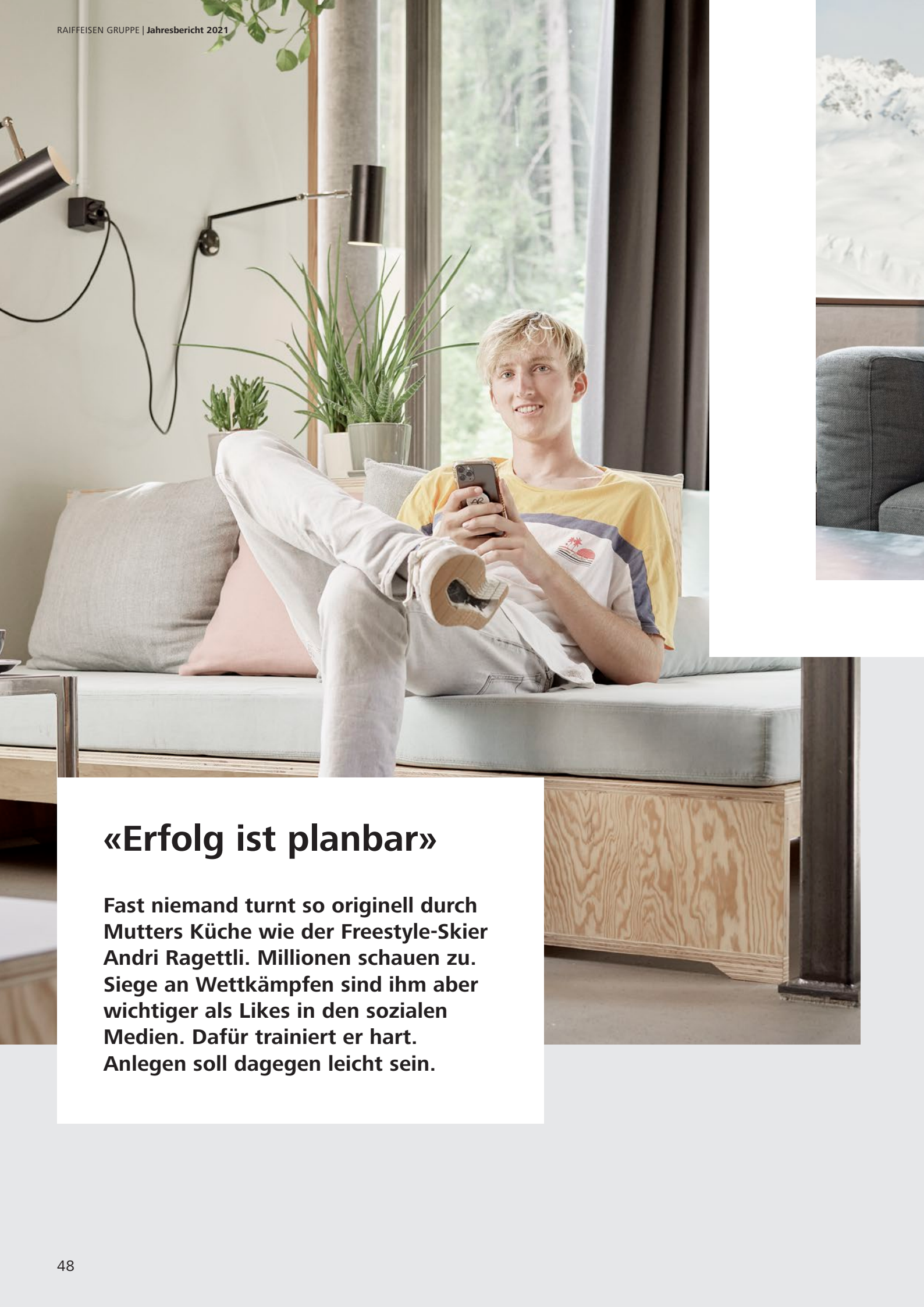
Rio-Anleger rund 41 Jahre alt und investiert 11'000 Franken.

Rio wird laufend weiterentwickelt: Seit Sommer 2021 können Kundinnen und Kunden mit der Sparplanfunktion regelmässige Investitionen tätigen. Auch die Anlageportfolios wurden ergänzt: Seit April 2021 ist es möglich, in ein vollumfänglich nachhaltig ausgerichtetes Portfolio zu investieren. Zudem wurden die Fokusthemen im Verlauf des Jahres ergänzt um «eSports», «Futura Green Energy» und «Robotics». Die Individualisierungsmöglichkeit des Portfolios über Fokusthemen ist sehr beliebt: Über die Hälfte der Rio-Kundinnen und -Kunden nutzen diese Möglichkeit.

➔ Raiffeisen Rio näher kennenlernen unter raiffeisen.ch/mein-rio



Vermögensverwaltung per App – Raiffeisen Rio macht's möglich.



«Erfolg ist planbar»

Fast niemand turnt so originell durch Mutters Küche wie der Freestyle-Skier Andri Ragettli. Millionen schauen zu. Siege an Wettkämpfen sind ihm aber wichtiger als Likes in den sozialen Medien. Dafür trainiert er hart. Anlegen soll dagegen leicht sein.



«Die persönliche Beratung ist wichtig für mich.»

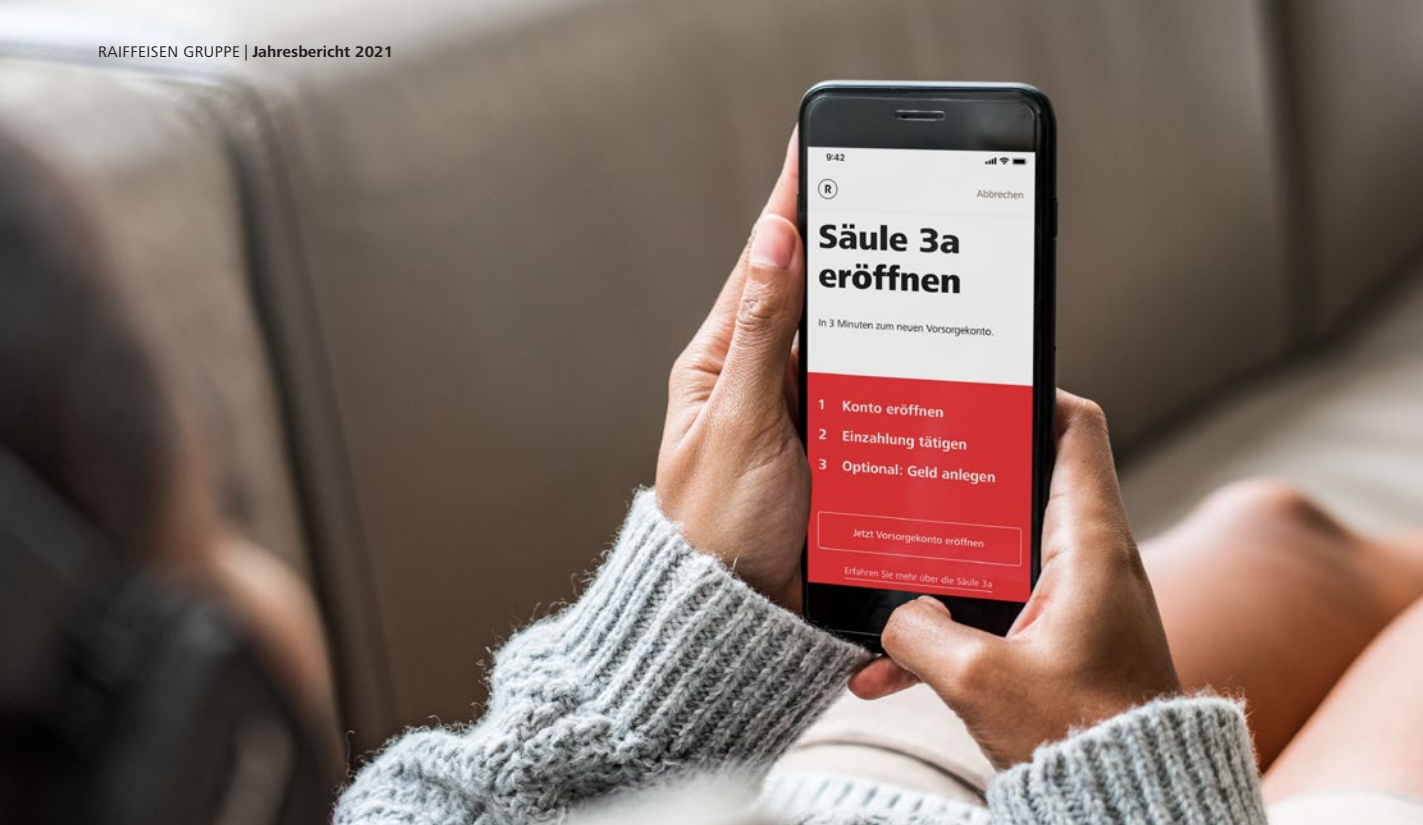
Andri Ragettli
Freestyle-Ski-Star

Am Ende war die Enttäuschung dem Sportler anzusehen: 4. Platz im Slopestyle an den olympischen Winterspielen in Peking. Auch wenn es hart ist, so knapp eine Medaille zu verpassen: Es ist ein riesiger Erfolg, dass Andri Ragettli überhaupt in Peking dabei war. Zehn Monate zuvor hatte er sich am Knie verletzt und musste sich zurückkämpfen, was ihm gelang. «Darauf bin ich stolz», sagt der Sportler mit etwas Distanz.

Emotionen zu zeigen, damit hat der Freestyle-Ski-Star keine Mühe. Der 24-Jährige teilt auch die Freude, lacht viel in seinen halsbrecherischen Videos, die er auf Facebook, Instagram und YouTube veröffentlicht. Da sieht alles so leicht aus: Das Gleiten über die Rails, die Rückwärtssalti, Schrauben und Sprünge an Schneehängen. Oder die Geschicklichkeits-Parcours in Turnhallen oder in Mutters Küche in Flimen, wo Ragettli zusammen mit zwei Geschwistern aufwuchs und wo er heute noch wohnt, wenn er nicht gerade unterwegs ist. Vom Stuhl auf den Tisch, weiter auf die Küchenkombination, ein Sprung auf einen Ball und weiter aufs Fensterbrett. Das war während Corona. Wenn nichts läuft, schaut Ragettli eben, dass etwas geht.

Filme drehen ist Familienangelegenheit. Bruder Gian führt Regie und die Kamera. Andri Ragettli ist inzwischen ein einflussreicher Wintersport-Influencer und verdient damit Geld. Millionen schauen zu. Er aber sagt: «Ich bin in erster Linie Sportler». Gewinnen an Wettkämpfen ist dem siebenfachen Weltcup-sieger und Weltmeister im Freestyle Skifahren wichtiger als Likes. Schon lange bevor er regelmässig auf dem Podest stand, war für ihn klar: «Ich will meinen Sport dominieren.» Dabei gehe er Risiken ein, die er dank hartem Training und viel Erfahrung abschätzen könne. «Erfolg ist planbar», sagt Ragettli.

Auch wenn es um Finanzen geht, hat Andri Ragettli Kompetenz in der Familie. Seine Mutter arbeitet seit vielen Jahren für die Raiffeisenbank Surselva. Einige Mitarbeitende dort kennen Andri schon lange, bevor er Profisportler wurde. Nun beraten sie ihn. «Die persönliche Beratung ist wichtig für mich», sagt Ragettli. Denn beim Anlegen könne er die Risiken nicht ganz so gut abschätzen wie im Sport. Als Ergänzung zur persönlichen Beratung nutzt Ragettli Raiffeisen Rio, die Anlage-App, für die er auch Botschafter ist. Hier kann er mit ein paar wenigen Klicks seine Präferenzen hinterlegen und sofort mit investieren beginnen – immer und überall.



Einfacher vorsorgen mit der digitalen Säule 3a

Laut dem «Raiffeisen Vorsorgebarometer 2021» erkennen immer mehr Menschen, dass es notwendig ist, privat vorzusorgen, um den Lebensstandard nach der Pensionierung zu halten. Die im Oktober 2021 eingeführte digitale Säule 3a macht Vorsorgen einfacher.

3'261

Depots wurden in der digitalen Säule 3a 2021 eröffnet.

34,7

Mio. CHF wurden bis Ende 2021 in der digitalen Säule 3a investiert.

Digitale Vorsorgelösungen werden immer beliebter. Kundinnen und Kunden möchten eigenständig ihre Vorsorgegelder bewirtschaften, unabhängig von Öffnungszeiten und Standorten ihrer Bank. Mit diesem Ziel ergänzt die digitale Säule 3a seit letztem Herbst das bestehende Vorsorgeangebot und die persönliche Beratung von Raiffeisen. E-Banking-Kundinnen und -Kunden können online einfach und intuitiv ein Vorsorgekonto eröffnen und ihre Säule-3a-Gelder in Wertschriften investieren.

Ins E-Banking integriert

Die digitale Säule 3a ist eine hybride Lösung und stützt damit die strategische Ambition von Raiffeisen, die lokale Verankerung vor Ort mit digitalen Angeboten zu kombinieren. «Unsere Kundinnen und Kunden können jederzeit zwischen der digitalen Säule 3a und der persönlichen Beratung wechseln. Sie profitieren so von den Vorteilen der digitalen Säule 3a, ohne auf die Beratung ihrer Raiffeisenbank vor Ort

verzichten zu müssen», erläutert Julien Adams, Projektleiter der digitalen Säule 3a. Das neue Angebot ist in das Raiffeisen E-Banking integriert. Es ist keine weitere Registrierung, Identifizierung oder Unterzeichnung von physischen Dokumenten notwendig. Dadurch dauert es nur wenige Minuten, bis ein Vorsorgekonto eröffnet oder in einen der nachhaltigen Vorsorgefonds investiert werden kann. Julien Adams zeigt sich erfreut über den Start: «Bis Ende 2021, nur gerade zweieinhalb Monate nach der Lancierung, wurden 3'261 Depots eröffnet und rund 34,7 Millionen Franken in der digitalen Säule 3a investiert. Das Angebot trifft den Nerv unserer Kundschaft.»

- ☞ Die digitale Säule 3a kennenlernen unter raiffeisen.ch/digital-vorsorgen
- ☞ Studie «Raiffeisen Vorsorgebarometer 2021» unter raiffeisen.ch/vorsorgebarometer

Digital beraten aus 70 Kilometern Entfernung

2022 eröffnete die Raiffeisenbank Aare-Reuss in Wildegg ihren zweiten «digitalen» Empfang, den sie zusammen mit der Raiffeisenbank Region Burgdorf betreibt. Eine einzigartige Kooperation.

Die Digitalisierung hält weiter Einzug bei den Raiffeisenbanken. Bereits 2015 eröffnete die Raiffeisenbank Region Burgdorf in Alchenflüh-Kirchberg BE eine erste Geschäftsstelle mit einem «digitalen Empfang», also einem lebensgrossen Bildschirm im Eingangsbereich der Bank – schweizweit damals ein Novum. Dafür wurde in Burgdorf ein kleines Studio eingerichtet, wo die Beraterin oder der Berater vor die Kamera tritt und auf dem Bildschirm in Alchenflüh-Kirchberg erscheint.

Vier Jahre später sah der Vorsitzende der Bankleitung der Raiffeisenbank Aare-Reuss, Patrick Weber, in Rapperswil AG Potenzial für einen Beratungspunkt, wie kleine Geschäftsstellen bei Raiffeisen heissen. «Doch was tun, wenn Mitarbeitende besetzt oder nicht anwesend sind?», fragte sich Patrick Weber und ging auf die Raiffeisenbank Region Burgdorf zu. Die Lösung: Seit 2019 wird auch in Rapperswil bei Bedarf vom 70 Kilometer entfernten Burgdorf aus über Bildschirm beraten.

Veränderte Kundenbedürfnisse

Ab März 2022 wurde nun auch der Standort Wildegg AG um einen «digitalen Empfang» erweitert. «Es braucht uns vor Ort», sagt Patrick Weber, «weil bei komplexen Finanzthemen der Beratungsbedarf steigt.» Aber gerade beim Beantworten einfacherer Fragen, da habe man Optimierungspotenzial erkannt, den der «digitale Empfang» biete.

Die Zusammenarbeit von zwei voneinander unabhängigen Raiffeisenbanken innerhalb der Raiffeisen Gruppe ist einmalig. Marc Guggenbühler, Vorsitzender der Bankleitung Raiffeisenbank Region Burgdorf und Initiant des digitalen Empfangs, ist überzeugt, dass dies erst der Anfang ist. «Corona», sagt er, «hat die Bedürfnisse der Kunden verändert und dafür gesorgt, dass die digitale Beratung breite Akzeptanz findet».

📺 Zum Video des digitalen Empfangs auf raiffeisen.ch/region-burgdorf

«Es braucht uns vor Ort, weil bei komplexen Finanzthemen der Beratungsbedarf steigt.»

Patrick Weber
Vorsitzender der Bankleitung
Raiffeisenbank Aare-Reuss



Als die Raiffeisenbank Region Burgdorf 2015 ihren digitalen Empfang in Betrieb nahm, war dies schweizweit ein Novum.



Heute können auch Kundinnen und Kunden der 70 Kilometer entfernten Raiffeisenbank Aare-Reuss virtuell beraten werden.

Weg frei für schnelles und einfaches Banking

Wir standardisieren und digitalisieren unsere Prozesse

Was immer Ihr Ziel ist: Wir möchten es Ihnen einfach machen. Wir standardisieren und digitalisieren unsere Prozesse und verbessern die Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe. Davon profitieren unsere Kundinnen und Kunden.

Daran messen wir uns:

Cost-Income-Ratio

Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag.
Es gilt: Je niedriger, umso kosteneffizienter.

Ziel 2021:	61,0%
Erreicht 2021:	56,0%
Ziel 2025:	< 58,0%

Auf einen Blick

Wir handeln schnell, effizient und agil

Banking soll schnell und einfach funktionieren. Darauf richtet Raiffeisen ihre Prozesse und Arbeitsmethoden aus.

1

Pionierleistung

Jahrzehntlang diente der Libor als Berechnungsgrundlage für den Zinssatz von Hypothekarkrediten. Per 1. Januar 2022 hat er ausgedient und wurde durch den Saron ersetzt. Raiffeisen hat die Umstellung frühzeitig eingeleitet und Pionierarbeit in der Branche geleistet. Als erste nationale Schweizer Retailbank konnte Raiffeisen ihren Kundinnen und Kunden bereits ab April 2020 eine Saron-Hypothek als transparentes und flexibles Nachfolgeprodukt anbieten.

Der Hypothekarprozess der Zukunft (Seite 58)

Mehr als **50'000 Saron-Hypotheken und -Kredite** wurden seit der Einführung bei Raiffeisen abgeschlossen.

2

Effiziente digitale Kollaboration

Mit dem «Digital Workplace 2.0» stellen wir den Übergang in eine neue, immer digitalere Arbeitswelt sicher. Der Arbeitsplatz bei Raiffeisen Schweiz wird mit modernen Tools und Zusammenarbeitsmodellen optimiert. Das ermöglicht selbstorganisierte, effiziente Arbeitsweisen und erhöht die digitale Vernetzung innerhalb der Organisation und mit unseren Kundinnen und Kunden.

Dank der Cloud mehr Zeit fürs Wesentliche (Seite 59)

In Zukunft können Interessierte auf **komplett digitalem Weg** Kundin oder Kunde einer Raiffeisenbank werden.

3

Agile Arbeitsmethoden

In unserem schnelllebigem Arbeitsumfeld wird langfristige Planung immer schwieriger. Unsere Mitarbeitenden setzen deshalb in der Produktentwicklung und Projektarbeit immer mehr auf agile Arbeitsmethoden. So können wir schnell auf veränderte Umstände und Kundenbedürfnisse reagieren und unsere Prozesse und Lösungen unkompliziert darauf ausrichten.

Auf dem Weg zu schnellen Prozessen (Seite 54)

Dank agilen Arbeitsmethoden können wir schnell auf **Kundenbedürfnisse** reagieren.



Innovation heisst auch, Bestehendes zu verbessern

Raiffeisen will aufwändige und komplexe Abläufe noch stärker standardisieren und automatisieren. Davon profitieren vor allem die Kundinnen und Kunden: Für ihre Beratung bleibt mehr Zeit.

100

Massnahmen für Prozessverbesserungen wurden eruiert.

Ein Konto eröffnen, Wertschriften kaufen oder eine Hypothek abschliessen: Sobald eine Kundin die Bank verlässt oder ein Kunde im E-Banking einen Auftrag erteilt, startet im Hintergrund die Bankmaschinerie mit unzähligen kleineren und grösseren Prozessschritten. Viele dieser Prozesse sind an komplexe regulatorische Vorgaben gebunden und werden im Zuge der Digitalisierung immer vielschichtiger.

Einfache Prozesse, mehr Zeit für die Kundinnen und Kunden

Raiffeisen hat es sich zum Ziel gesetzt, ihre Prozesse bis 2025 noch stärker zu standardisieren und zu automatisieren. Dadurch reduzieren wir die Komplexität und die Raiffeisenbanken gewinnen Zeit, welche sie in das Wesentliche investieren können: ihre Kundinnen und Kunden.

Kontinuierliche Verbesserungen

Um Prozesse auf die Kundenbedürfnisse auszurichten, hat Raiffeisen im vergangenen Jahr fünf Basisprozesse mit Unterstützung von Mitarbeitenden aus den Raiffeisenbanken analysiert. Dazu gehören beispielsweise der Hypothekarkreditprozess für Privat- und Firmenkunden oder der Kundeneröffnungsprozess. Insgesamt wurden so über 100 Massnahmen definiert, um die Prozesse und Abläufe zu verbessern. Einige Massnahmen konnten bereits 2021 umgesetzt werden. Zum Beispiel wurden für die Verwaltung von Vollmachten im Hintergrund Abläufe vereinfacht, sodass die Beraterinnen und Berater effizienter werden. Kleine Veränderung – grosse Wirkung. Weitere Massnahmen werden laufend bis 2025 umgesetzt. Zudem führt Raiffeisen in den nächsten Jahren weitere Prozessanalysen durch, damit unsere Kundinnen und Kunden auch in Zukunft von einem schnellen und einfachen Banking profitieren können.

Schlagkräftige Organisation für die Umsetzung der Strategie

Die Umsetzung der Gruppenstrategie und die Transformation erfordern von Raiffeisen Schweiz eine kontinuierliche Optimierung der Prozesse. Dank neuen Strukturen können die Raiffeisenbanken noch besser in ihrer wichtigsten Aufgabe unterstützt werden: der Beratung ihrer Kundinnen und Kunden.

Die Gruppenstrategie gemeinsam mit den Raiffeisenbanken erfolgreich umsetzen und die Transformation der Raiffeisen Gruppe vorantreiben – das sind wichtige Aufgaben, die Raiffeisen Schweiz in den nächsten Jahren zu erfüllen hat. Gleichzeitig soll sie ihre operative Leistungsfähigkeit nachhaltig sichern und ausbauen. All dies erfordert eine enge Verzahnung von operativer Steuerung und strategischer Transformation. Zur Unterstützung dieser Herausforderungen hat Raiffeisen Schweiz im Jahr 2021 ihre Organisation weiterentwickelt.

Neues Departement «Firmenkunden, Treasury & Markets»

Neu sind alle direkten Kundenaktivitäten von Raiffeisen Schweiz im Departement «Firmenkunden, Treasury & Markets» gebündelt. Die Zusammenlegung des Firmenkundengeschäfts mit der Tresorerie und dem Handel bietet unseren Firmenkunden den Zugang zu einer breiten Produktpalette aus einer Geschäftseinheit, womit sie von Beratung und Betreuung aus einer Hand sowie kurzen Entscheidungswegen profitieren.

Neues Departement «Operating Services»

Im Dezember 2021 startete das Departement «Operating Services». Dieses soll die Stärken des heutigen erfolgreichen Betriebsmodells mit den verschiedenen strategischen Initiativen verbinden und die Transformation von Raiffeisen vorantreiben. Es ist neben der Adaption der Gruppenstrategie auf das operative Geschäft auch für die Prozessoptimierung innerhalb der Gruppe zuständig.

Anpassungen im Departement «IT»

Das Departement «IT» fokussiert sich stärker auf IT-Kernaufgaben und -Herausforderungen. Es trägt damit unter anderem den zentralen Herausforderungen rund um das Thema IT- und Cybersecurity Rechnung.

Mit dieser neuen Organisation kann Raiffeisen Schweiz für die Raiffeisenbanken schnellere und einfachere Prozesse ermöglichen. Davon profitieren letztendlich alle Raiffeisen-Kundinnen und -Kunden.

📄 Zum Organigramm von Raiffeisen Schweiz unter report.raiffeisen.ch





In zehn Minuten ein Konto eröffnen

Wer bei der Raiffeisenbank Rigi Kundin oder Kunde wird, soll es so unkompliziert wie möglich haben. Auf Initiative der Mitarbeitenden wurde der Prozess der Kontoeröffnung vereinfacht und beschleunigt. Marlies Nussbaumer hat es gefallen.

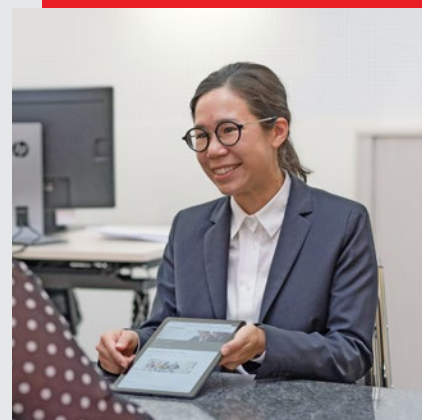


«Pass hinhalten, ein paar Fragen beantworten und digital unterschreiben – das war's auch schon.»

Marlies Nussbaumer
Raiffeisenkundin

Handgestoppte zehn Minuten hat ihr Aufenthalt in der Raiffeisen-Geschäftsstelle Schwyz gedauert, schon ist Marlies Nussbaumer wieder an der frischen Luft. Soeben hat sie am Schalter ein Konto eröffnet. «Ich habe meinen Pass zum Scannen hingehalten, ein paar Fragen beantwortet, auf dem Tablet weitere Angaben eingetippt und eine digitale Unterschrift hinterlassen – das war's auch schon», berichtet sie. Dass sie jetzt bereits ein Mäppli mit der IBAN-Nummer und dem Passwort für den E-Banking-Zugriff in der Hand hält, findet sie «enorm praktisch».

Die Frührentnerin aus Oberägeri im Kanton Zug kann sich gut daran erinnern, welch ein Prozedere eine Kontoeröffnung früher war.



Einst hat sie eine Banklehre gemacht und anschliessend ein paar Jahre bei Raiffeisen am Schalter und in der Wertschriftenberatung gearbeitet, bevor es sie in die Versicherungsbranche zog. 30 Jahre seien seither vergangen. «Doch als Kundin bin ich der Raiffeisenbank aus Überzeugung treu geblieben», sagt Marlies Nussbaumer. Die Geschäftsstelle Unterägeri der Raiffeisenbank Region Sattel-Ägerital ist ihre angestammte Bank. In Schwyz habe sie ein zusätzliches Konto eröffnet, um die liquiden Mittel der Familie auf zwei Banken verteilen und damit doppelt vom Einlegerschutz profitieren zu können.

Positiv überrascht

Vor Ort begrüsst und betreut worden ist sie von Privatkundenberaterin Marianne Kneubühl. «Mit dem neuen Vorgehen bei der Kontoeröffnung haben wir schon einige Kundinnen und Kunden positiv überrascht», sagt die Beraterin. «Genau das wollten wir erreichen.» Ein wenig Stolz schwingt bei ihren Ausführungen mit, denn der vereinfachte Ablauf ist das Resultat einer Initiative von Mitarbeitenden aus der Region, die bei der Entwicklung auch mitgearbeitet haben. Der Erfolg hat Schule gemacht: Weitere Raiffeisenbanken wollen die in der Region Rigi gemachten Erfahrungen nutzen und den eigenen Kontoeröffnungsprozess entsprechend anpassen.

Separate Beratung

Welche Art von Kundenbeziehung wünscht sich Marlies Nussbaumer für die nächste Zeit? Sie, die selbst ja ebenfalls als Kundenberaterin tätig war, hat dazu eine klare Vorstellung: «Ich möchte gelegentlich über neue Anlagemöglichkeiten informiert werden», sagt sie, «am liebsten telefonisch.» Bei Raiffeisen habe sie Gewissheit, dass sie bei Bedarf auch persönlich in der Geschäftsstelle beraten werde – bei einer Grossbank wäre sie sich da in Anbetracht ihrer Vermögenslage nicht so sicher. «Für meine Bedürfnisse und Ansprüche ist die Raiffeisen ideal», sagt sie.

Tatsächlich sieht der neue Kontoeröffnungsprozess einen ersten, zeitnahen Folgetermin vor. «Basierend auf den Angaben, die wir heute erfasst haben, werden wir uns bei der nächsten Begegnung mit Frau Nussbaumer ganz der Kundenberatung widmen können», erläutert Marianne Kneubühl. Bis dahin bleibt der Kundin genügend Zeit, ihrem liebsten Hobby nachzugehen: der Fotografie.

Auf digitalem Weg zur Bankbeziehung

Die Erfahrungen der Raiffeisenbank Rigi unterstützen die gesamte Raiffeisen Gruppe in ihrem Ziel, das Kundenonboarding zu digitalisieren. In Zukunft wird es für alle Interessierten möglich sein, auf komplett digitalem Weg Kundin oder Kunde der gewünschten Raiffeisenbank zu werden.



Im Schnelldurchlauf zum Eigenheim

In der Schweiz wird jede fünfte Hypothek von Raiffeisen vergeben. Um den Weg zum Eigenheim für unsere Kundinnen und Kunden noch einfacher zu gestalten, verbessern wir schrittweise bis 2025 unseren Hypothekarprozess.

1 Tag

Ziel ist es, in Zukunft rund zwei Drittel aller Kreditanträge **automatisch abzuwickeln**, sodass Kundinnen und Kunden in der Regel bei Vorlegung aller relevanten Unterlagen **innerhalb von einem Tag Bescheid** von ihrer Bank erhalten.

Im Jahr 2021 hat Raiffeisen insgesamt rund 40'000 Hypotheken für Eigenheime vergeben. Der Traum vom Eigenheim beginnt für unsere Kundinnen und Kunden meist mit einem Beratungsgespräch in ihrer Raiffeisenbank vor Ort. Bis zur finalen Unterschrift des Kreditantrages vergeht jedoch oft etwas Zeit. Auf dem Weg zur Hypothek müssen Kundenangaben kontrolliert, regulatorische Vorgaben überprüft und Tragbarkeitsberechnungen durchgeführt werden, bis der Kreditantrag bewilligt werden kann. Diesen Prozess haben wir im vergangenen Jahr intensiv geprüft und festgestellt: Es gibt noch Potenzial, insbesondere weil viele Prozessschritte nach wie vor manuell durchgeführt werden müssen.

Schnell und hybrid zum Kredit

Damit unsere Kundinnen und Kunden schneller eine Antwort erhalten, werden wir daher im Rahmen der Strategie «Raiffeisen 2025» wesentliche Teile des Hypothekarkreditprozesses automatisieren und standardisieren. Durch die automatische Verarbeitung und Bewilligung der Kreditanträge können die Raiffeisenbanken ihren Aufwand erheblich reduzieren. Ziel ist es, in Zukunft rund zwei Drittel aller Kreditanträge automatisch abzuwickeln, sodass Kundinnen und Kunden in der Regel bei Vorlegung aller relevanten Unterlagen innerhalb von einem Tag Bescheid von ihrer Raiffeisenbank erhalten. Gleichzeitig bauen wir unser digitales Angebot aus und schaffen mit dem [Kundenerlebnisportal](#) (Seite 46) in Zukunft die Möglichkeit, Hypotheken von der Beratung bis zum Abschluss online abzuwickeln. Kundinnen und Kunden profitieren von einem hybriden Ansatz, der die persönliche Beratung vor Ort ideal mit digitalen Lösungen kombiniert.



Mehr Zeit für das Wesentliche

Um die Arbeitsabläufe möglichst schnell und unkompliziert zu gestalten, setzt Raiffeisen seit Frühling 2021 auf die Cloud-Services von Microsoft. Mit diesem Schritt strebt Raiffeisen einen gruppenweiten Standard für Kommunikation und Kollaboration an. Davon profitieren sowohl Mitarbeitende als auch Kundinnen und Kunden. So gehört zum Beispiel das E-Mail-Pingpong mit zig Versionen eines Dokuments der Vergangenheit an. Es können alle jederzeit und von überallher am gleichen Dokument arbeiten. Auch in der Kundeninteraktion eröffnen sich in absehbarer Zeit neue Möglichkeiten.

Das Beratungsgespräch zur Hypothek von zu Hause aus via Videotelefonie führen oder in der Mittagspause eine Frage zur 3. Säule via Chat klären? Auch das wird künftig möglich sein und für mehr Flexibilität und Komfort sorgen. Und auch die Datensicherheit ist gewährleistet. Sämtliche Daten werden ausschliesslich in Rechenzentren von Microsoft in der Schweiz gespeichert und verschlüsselt. Dem sicheren Austausch unter den Mitarbeitenden und dem Beratungsgespräch vom Sofa aus steht also nichts im Weg.

Ein Login für die digitale Raiffeisen-Welt

1,65 Mio.

Nutzerinnen und Nutzer
haben 2021 ein neues
E-Banking-Login erhalten.

Im letzten Jahr haben die rund 1,65 Millionen E-Banking-Nutzerinnen und -Nutzer neue Zugangsdaten erhalten und haben so Zugriff auf die neue zentrale Authentisierungsinfrastruktur. Wo vorher für Apps und E-Banking verschiedene Benutzernamen und Passwörter eingegeben werden mussten, gibt es nun einen einzigen Zugang: für das E-Banking, das Member-Plus-Konto, die Vermögensverwaltungs-App

Rio und weitere. Das ist nicht nur praktisch, sondern auch ein Schritt in die Zukunft. Ab Ende 2022 wird das neue Kundenerlebnisportal die E-Banking-Plattform schrittweise ablösen und bis 2025 alle digitalen Leistungen von Raiffeisen an einem Ort vereinen.

[Mehr zum Kundenerlebnisportal](#)
(Seite 46)



Weg frei für eine nachhaltige Genossenschaft

Wir differenzieren uns als nachhaltige Genossenschaft

Was immer Ihr Ziel ist: Wir stehen Ihnen als nachhaltige Genossenschaft zur Seite. Als in der ganzen Schweiz lokal verwurzelte Bank pflegen wir genossenschaftliche Werte wie Solidarität und Demokratie, denn diese sind in der heutigen schnelllebigen Zeit wichtiger denn je.

Daran messen wir uns:

Anzahl Genossenschafterinnen und Genossenschafter

Raiffeisen-Mitglieder mit Anteilscheinen

Ziel 2021:	1,93 Millionen
Erreicht 2021:	1,96 Millionen
Ziel 2025:	≥ 2,03 Millionen

Auf einen Blick

Unsere Genossenschaft entwickelt sich weiter

Raiffeisen ist und bleibt die Bank, die sich durch ihre genossenschaftliche Struktur, ihre lokale Verankerung und den Nutzen für ihre Kundinnen und Kunden sowie für die Gemeinschaft vor Ort auszeichnet.

1 Das Geschehen mitbestimmen

Inhaberinnen und Inhaber eines Anteilscheins dürfen zu Recht von sich behaupten, ein Stück Bank zu besitzen. Denn als Mitglied tragen sie die Zukunft ihrer Bank mit und können an der jährlichen Generalversammlung über die Geschäftspolitik und die Ämterbesetzung abstimmen. Auch während der Pandemie war die Mitbestimmung dank elektronischer Abstimmung möglich.

📄 Innovative Ideen der Raiffeisen Genossenschaft (Seite 66)

1,96 Mio.

Anzahl Genossenschafterinnen und Genossenschafter (+28'000)

2 Gemeinschaftlich engagiert

Genossenschafterinnen und Genossenschafter einer Raiffeisenbank haben nicht nur ein Mitbestimmungsrecht, sie sind durch die Verzinsung ihrer Anteilscheine auch am Erfolg ihrer Bank beteiligt und profitieren von attraktiven Mitgliedervorteilen wie Vergünstigungen auf zahlreiche Freizeitangebote in der ganzen Schweiz. 105,6 Millionen Franken und damit 31,6 Millionen mehr als im Vorjahr flossen so 2021 an die Mitglieder und lokale Projekte.

📄 Genossenschaftliches Crowdfunding mit lokalhelden.ch (Seite 62)

30 Mio. CHF

wurden seit 2016 auf lokalhelden.ch gesammelt (Stand Januar 2022).

3 Nachhaltigkeitsaspekte konsequent berücksichtigen

Für Raiffeisen als genossenschaftliche Bankengruppe war Nachhaltigkeit schon immer Teil des Selbstverständnisses. Es ist unser erklärtes Ziel, «Netto-Null» im Betrieb bis 2030 zu erreichen. Als führende Bank für Eigenheimfinanzierung ist es uns auch ein Anliegen, energetische Sanierungen zu fördern und so den CO₂-Ausstoss des Schweizer Gebäudeparks zu senken.

📄 Drei Initiativen zur Förderung eines nachhaltigen Finanzplatzes (Seite 63)

Über 30%

CO₂ hat Raiffeisen seit 2012 eingespart.

30 Millionen Franken für lokale Projekte

Die Crowdfunding-Plattform **lokalhelden.ch** von Raiffeisen hat sich in der Schweiz etabliert und wird rege genutzt – am meisten für Sport- und Jugendprojekte.

108'000

Personen haben über **lokalhelden.ch** Geld gespendet (Stand Januar 2022).

Manchmal braucht es nicht viel, damit Wünsche wahr werden: Die U18 Floorball Riders im Zürcher Oberland sammelten im Herbst 2021 auf lokalhelden.ch innert kurzer Zeit die wenigen Hundert Franken, die es braucht, damit künftig nicht die Eltern, sondern ein Car die Jungmannschaft an die Auswärtsspiele fährt – nicht nur ökonomisch, sondern auch ökologisch sinnvoll. Substanzielle Beträge kamen in den letzten Jahren auf lokalhelden.ch für Freizeitaktivitäten jeglicher Art zusammen; im Emmental zum Beispiel 75'000 Franken für das Projekt «Pumptrack Konolfingen» – einen Parcours für Skates, Skateboards und Fahrräder. Hilfe zur Selbsthilfe, ganz im Sinne der genossenschaftlichen Werte.

Seit fünf Jahren betreibt Raiffeisen die kostenlose Crowdfunding-Plattform, berät und unterstützt zudem unentgeltlich die «lokalen Helden» beim Lancieren ihrer Vorhaben. Viele Raiffeisenbanken unterstützen zudem Projekte in ihrer Region mit eigenen Spenden. «Die Plattform bringt Menschen zusammen, animiert, selbst etwas anzupacken, und schafft Angebote für Jung und Alt in der Schweiz», sagt Samuel Weibel, Leiter von lokalhelden.ch.

1'700 erfolgreiche Projekte

Von den rund 2'200 eingereichten Projekten waren seit 2016 vier von fünf erfolgreich. Im Januar 2022 hat lokalhelden.ch die Spendenmarke von 30 Millionen Franken geknackt. Das bisher erfolgreichste Projekt, für das Geld auf lokalhelden.ch gesammelt wurde, war «LIBER-Schweiz». 568'000 Franken kamen von 4'200 Unterstützerinnen und Unterstützern für die Schweizer Buchbranche zusammen. Das Projekt ist eines von über 1'700 erfolgreichen Crowdfunding-Aktionen auf der Plattform. Insgesamt haben seit 2016 über 108'000 Personen Geld gespendet.

lokalhelden.ch kennenlernen



Überblick Finanzierungsziel Projekte:

in Prozent

CHF 0–5'000	20,74%
CHF 5'001–15'000	33,87%
CHF 15'001–50'000	33,30%
CHF ab 50'001	12,09%

Klares Bekenntnis zum Klimaschutz

Im Einklang mit unseren genossenschaftlichen Werten handeln wir langfristig orientiert und im Interesse künftiger Generationen. Beitritte zu globalen Nachhaltigkeitsinitiativen unterstreichen das Engagement von Raiffeisen beim Klimaschutz.

4,1 Mio. CHF

seit 2008 an die
Klimastiftung gespendet.

Nachhaltigkeit ist seit jeher ein Unternehmenswert von Raiffeisen. Der Klimawandel und die Reduzierung von CO₂-Emissionen liegen Raiffeisen besonders am Herzen. Als führende Bank für Eigenheimfinanzierung und Kreditgeberin für Unternehmen ist Raiffeisen untrennbar mit dem Klimawandel verbunden. Mit ihrer Partnerschaft mit der Klimastiftung stärkt Raiffeisen bereits seit 2008 die Klimaverträglichkeit von Schweizer KMU und hat dafür bereits über 4,1 Millionen Franken gespendet. Die langjährige Partnerschaft wurde im Jahr 2021 verlängert. Raiffeisen setzt sich aktiv für die Ziele einer klimaneutralen Schweiz und die Energiewende ein.

Beitritt zu globalen Partnerschaften

Im Jahr 2021 hat Raiffeisen die Prinzipien für verantwortliches Bankwesen der Vereinten Nationen (UN) unterzeichnet und damit ein klares Bekenntnis zum Pariser Klimaabkommen abgegeben. Darüber hinaus unterstützen wir die Task Force for Climate Related Financial Disclosures (TCFD), eine internationale Expertenkommission, die Empfehlungen für eine einheitliche Klimaberichterstattung entwickelt hat. Zur Formulierung neuer, umfassenderer

Klimaziele und deren Umsetzung im Rahmen unserer Klimastrategie sind wir ferner 2021 der Partnership for Carbon Accounting Financials (PCAF) beigetreten.

Netto-Null im Betrieb bis 2030

Raiffeisen Schweiz erfasst ihre CO₂-Emissionen bereits seit Jahren für die Gruppe und legt sie nach anerkannten Standards im Geschäftsbericht der Raiffeisen Gruppe offen. Ab 2021 messen wir in der gesamten Raiffeisen Gruppe die CO₂-Emissionen, mit denen wir über die Hypothekarvergabe und andere Finanzierungen in Berührung kommen, nach dem Standard der PCAF. Die neu geschlossenen Partnerschaften nutzt Raiffeisen, um die Integration von Nachhaltigkeit in alle Geschäftsbereiche voranzutreiben und damit einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Christian Hofer, Leiter Corporate Responsibility & Nachhaltigkeit bei Raiffeisen Schweiz, fasst die Bedeutung zusammen: «Der Beitritt zu diesen wichtigen, globalen Initiativen unterstützt unser strategisches Ziel, Netto-Null im Betrieb bis 2030 zu erreichen.»

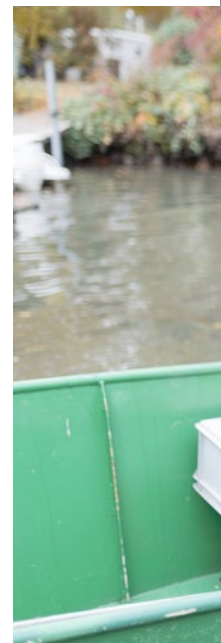
 Zum Nachhaltigkeitsbericht auf report.raiffeisen.ch/nachhaltigkeit

Mehr Transparenz in der Goldbeschaffung



Woher kommt Gold und wie wurde es produziert? Der im April 2021 neu eingeführte Ansatz zur verantwortungsvollen Beschaffung von Gold ermöglicht eine präzise Rückverfolgung der Herkunft des Goldes. Dafür werden Lieferkettenpartner gewissenhaft ausgewählt und kontinuierlich überprüft. Zudem werden die Umwelt- und Sozialverträglichkeit sowie die Transparenz in der Lieferkette gefördert. Was selbstverständlich klingt, ist längst kein Standard in der Branche. So ist Raiffeisen die erste

Schweizer Retailbank mit einem börsengehandelten Fonds, der in verantwortungsbewusst gewonnenes Gold investiert. Transparenz und Engagement für Sozial- und Umweltverträglichkeit sind Teil des genossenschaftlichen Geschäftsmodells von Raiffeisen. Mit dem neuen Ansatz bei der Goldbeschaffung bietet Raiffeisen ihren Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, verantwortungsbewusst in Gold zu investieren.



«Ich bin einfach Buezer»

Adrian Gerny ist fast täglich schon um zwei Uhr morgens auf dem Zürichsee unterwegs. Der Berufsfischer ist stolz auf seinen Berufsstand und schätzt das Bodenständige – auch bei seiner Bank.



«Mir gefällt das Bodenständige, die Gesprächskultur und die Begegnungen auf Augenhöhe.»

Adrian Gerny
Berufsfischer

15 Uhr, an einem spätherbstlichen Mittwoch-nachmittag, mitten auf dem Zürichsee: Berufsfischer Adrian Gerny fährt mit dem Boot raus, um die Netze auszuwerfen. Ein paar Fischschuppen kleben noch am Bootskiel und glitzern in der Sonne. Von Egli, Felchen oder Trüschchen, die er schon morgens aus dem Wasser gezogen hat. Tatsächlich hat der 33-Jährige schon einen Arbeitstag von zwölf Stunden hinter sich – und Feierabend ist noch lange nicht. «Gleich werde ich die Ware ausliefern», sagt er. Den 40-Kilo-Fang vom Morgen hat er bereits mit zwei Mitarbeitern zu Filets verarbeitet, die später im «Fischer's Fritz» am Hafen



und in weiteren Restaurants am Zürichsee auf den Tisch kommen. Zu Hause geht es dann an E-Mails und Buchhaltung.

In der Sommersaison kommen so für Adrian Gerny 80 bis 100 Arbeitsstunden pro Woche zusammen. Ausser am Sonntag steht er täglich gegen zwei Uhr morgens auf und ist dann stundenlang allein auf dem Wasser. «Und das brauche ich auch», sagt er, «das ist meine Zeit, meine Leidenschaft.» Er ist stolz auf seinen Berufsstand. Und darauf, dass die Fischerei auf dem Zürichsee weltweit den strengsten Nachhaltigkeitsanforderungen entspricht: Die Maschengrößen der Netze werden so gewählt, dass der Fisch sicher ein- bis zweimal gelaicht hat, bevor er – korpulent genug – hängen bleiben kann.

Als engagierter Jungunternehmer fühlt sich Adrian Gerny, der neu auch Genossenschafter ist, von der Raiffeisenbank ernst genommen. «Ich bin ein einfacher Buezer», sagt Adrian Gerny, «nicht mehr und nicht weniger. Deswegen gefällt mir das Bodenständige bei der Raiffeisen, die Gesprächskultur und die Begegnungen auf Augenhöhe.»



Neue Plattform bringt Innovationen ans Licht

Das Potenzial der Raiffeisen Gruppe für Innovationen ist enorm. Die «Innovationsplattform» hat 2021 eine Vielzahl von Innovationen und Ideen zutage gebracht.

150 Projekte

wurden auf der Innovationsplattform eingereicht.

Das Potenzial für Innovationen der Raiffeisen Gruppe ist gross – nicht zuletzt, weil die 219 eigenständigen Raiffeisenbanken viele lokale Projekte und Ideen umsetzen. Um die Innovationen aus der Gruppe ins Scheinwerferlicht zu rücken, wurde die Innovationsplattform ins Leben gerufen. Alle Raiffeisenbanken können dort spannende Ideen oder bereits umgesetzte Projekte erfassen. In einer ersten Kampagne wurden von den Raiffeisenbanken über 150 Projekte eingereicht. Die besten wurden ausgezeichnet – unter anderem die neue Kontoeröffnung der Raiffeisenbank Rigi (☞ Seite 56). Über die Innovationsplattform

sollen auch in Zukunft Innovationen aus der Gruppe, also von Raiffeisenbanken und Raiffeisen Schweiz, aufgezeigt und gemeinsam entwickelt werden. So können Ideen, Projekte und auch Learnings in der Gruppe einfach multipliziert werden. Damit wird es möglich, sich verstärkt zu vernetzen und so einfacher Lösungen zu finden oder Erprobtes für alle zur Verfügung zu stellen – lokal, regional und digital.

In den nächsten Jahren werden über weitere gezielte Innovationskampagnen neue Ideen entwickelt. Ebenfalls werden umgesetzte Innovationen im Rahmen von Best-Practice-Workshops vertieft und die Banken haben die Möglichkeit, diese für ihre Raiffeisenbank zu übernehmen. «Wir sind überzeugt, dass wir unser Innovationspotenzial und unsere Innovationsfähigkeit Schritt für Schritt ausbauen und so Mehrwert schaffen werden», sagt Projektleiter Stefan Jeker.



«Wir sind überzeugt, dass wir unser Innovationspotenzial ausbauen und Mehrwert schaffen werden.»

Stefan Jeker

Leiter Innovationsmanagement bei Raiffeisen Schweiz

Gründung von sechs Raiffeisenbanken bis 2023

Raiffeisen Schweiz war mit bisher sechs städtischen Niederlassungen im direkten Kundengeschäft aktiv. Das ändert sich nun. Die Niederlassungen werden schrittweise bis voraussichtlich im Jahr 2023 verselbstständigt.

«Fäärimaa. Und Bankbesitzer.» Damit informiert derzeit die Niederlassung Basel ihre Kundinnen und Kunden über die Verselbstständigung und die Möglichkeit, Mitglied und somit Mitbesitzerin oder Mitbesitzer der neuen Raiffeisenbank zu werden. Genossenschafterinnen und Genossenschafter der künftigen Raiffeisenbank Basel erhalten ein Mitbestimmungsrecht an der jährlichen Generalversammlung, werden durch die Verzinsung ihrer Genossenschaftsanteilscheine am Erfolg ihrer Raiffeisenbank beteiligt und können von Vorteilen profitieren.

Basel ist eine von sechs Niederlassungen, mit denen Raiffeisen Schweiz selbst im Bankgeschäft aktiv ist. Zurückzuführen ist dies auf die Strategie zwischen 1999 und 2016, wonach raiffeisenlose, urbane Gebiete erschlossen wurden.

Diese Niederlassungen werden nun schrittweise verselbstständigt und damit in eigene Genossenschaften überführt. Los ging es im Januar 2022 mit Thalwil und Bern, Winterthur und St.Gallen folgen voraussichtlich im Sommer 2022, Basel und Zürich sind voraussichtlich Anfang 2023 an der Reihe.

Die Verselbstständigungen stärken den genossenschaftlichen Gedanken, und die Raiffeisen Gruppe entwickelt sich weiter: Jede Raiffeisenbank ist eine Genossenschaft.

📄 So ist Raiffeisen organisiert
report.raiffeisen.ch



Carsharing: Raiffeisen geht Partnerschaft mit Mobility ein

Um die geteilte Mobilität voranzubringen, spannt Mobility mit Raiffeisen zusammen. Die Raiffeisenbanken haben neu die Möglichkeit, Elektroautos direkt vor ihrer Türe zu platzieren.

Zwei Unternehmen – ein Ziel. Mobility und Raiffeisen wollen einen nachhaltigen Nutzen für die Bevölkerung schaffen. Dafür spannen die beiden grossen Genossenschaften zusammen. Dank der Kooperation können die 219 Raiffeisenbanken elektrisch betriebene Fahrzeuge vom grössten Carsharing-Anbieter der Schweiz direkt vor ihren Geschäftsstellen installieren.

Die Raiffeisenbank Freiburg-Ost gehört zu den Pionierinnen der neuen Kooperation: Seit Januar 2021 steht vor der Bank ein E-Fahrzeug. «Diese Partnerschaft ist im Sinne unserer genossenschaftlichen Grundsätze. Wir können einen nachhaltigen, direkten Mehrwert für unsere Region leisten», sagt Nathalie Sahli, Vorsitzende der Bankleitung. Mitglieder von Raiffeisen sowie Mitarbeitende erhalten Vergünstigungen auf Test- und Jahresabos von Mobility.

📄 Mitgliedervorteile kennenlernen unter
memberplus.raiffeisen.ch



Weg frei für eine lernende Organisation

Wir entwickeln uns zu einer lernenden Organisation mit hoher Veränderungsfähigkeit

Was immer Ihr Ziel ist: Um mit unserer Strategie Mehrwert für unsere Kundinnen und Kunden zu schaffen, entwickeln wir uns zu einer lernenden Organisation mit hoher Veränderungsfähigkeit. Darum fördern wir unsere Mitarbeitenden und bieten ihnen attraktive berufliche Perspektiven.

Daran messen wir uns:

Arbeitgeberranking

Platzierung im Arbeitgeberranking
«Professionals Wirtschaftswissenschaften Schweiz»
von Universum.com

Ziel 2021: Rang 42

Erreicht 2021: Rang 35

Ziel 2025: Rang 25

Auf einen Blick

Für unsere Genossenschaft im Einsatz

Als Arbeitgeberin fördern wir Chancengleichheit, Vielfalt und lebenslanges Lernen. Damit stärken wir die Innovationsfähigkeit aller Mitarbeitenden – für die Zukunft unserer Genossenschaft.

1

Im Einsatz für unsere Genossenschaft

Insgesamt setzen sich 11'465 Mitarbeitende für unsere genossenschaftliche Bankengruppe ein (Vorjahr: 11'207). Davon arbeiten 42,4 Prozent (Vorjahr: 42,0 Prozent) in einem Teilzeitpensum. Dank ausgezeichneten Anstellungsbedingungen gelingt es uns, langfristige Beziehungen zu unseren Mitarbeitenden aufzubauen.

Wir fördern die Gesundheit unserer Mitarbeitenden (Seite 74)

11'465

Mitarbeitende setzen sich für unsere Kundinnen und Kunden ein.

2

Lebenslanges Lernen

2021 investierte Raiffeisen 16,8 Millionen Franken (Vorjahr: 14,5 Millionen Franken) in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden. Zudem befanden sich per Ende 2021 726 Personen in einem Nachwuchsprogramm (Vorjahr: 714). Mit dem gezielten Engagement in die Ausbildung junger Menschen übernehmen wir schweizweit gesellschaftliche Verantwortung.

Lernende führen eine Raiffeisen-Geschäftsstelle (Seite 75)

16,8 Mio. CHF

hat Raiffeisen 2021 in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden investiert. Das sind 15,9% mehr als im Vorjahr.

3

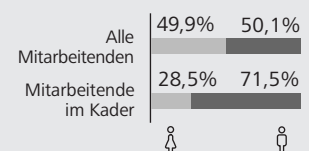
Frauenanteil im Kader weiter gestiegen

49,9 Prozent unserer Mitarbeitenden sind Frauen (Vorjahr: 50,1 Prozent). Ziel ist es, den Frauenanteil in Kaderpositionen in der ganzen Gruppe bis 2022 auf mindestens 30 Prozent anzuheben. Ende 2021 liegt der Wert bei 28,5 Prozent (Vorjahr: 27,4 Prozent).

Vielfältige Teams sind die Zukunft (Seite 71)

Geschlechterverteilung

in Prozent





Mit 35'000 virtuellen Post-its die Zukunft brainstormen

Die Kultur ist die DNA jedes Unternehmens. Aber wie entsteht sie und wie kann man sie verändern? Raiffeisen setzt dort an, wo die Unternehmenskultur gelebt wird: bei allen Mitarbeitenden.

250

Workshops hat Raiffeisen Schweiz 2021 zum Thema **Transformation** durchgeführt.

Partizipation ist ein grosses Wort und eine noch grössere Ambition. Doch als genossenschaftliche Bank wissen wir, wie das geht: Nicht umsonst haben die Genossenschafterinnen und Genossenschafter ein Mitspracherecht bei ihrer Raiffeisenbank. Partizipation leben wir aber auch innerhalb unseres Unternehmens. Jüngstes Beispiel dafür ist der «TransformationTRAIL» von Raiffeisen Schweiz – eine Reihe von Workshops, in denen alle Mitarbeitenden gemeinsam zur Zukunft und der Unternehmenskultur brainstormen konnten.

In 250 Workshops haben sich Mitarbeitende aus allen Unternehmensbereichen gemeinsam mit Themen wie agilen Arbeitsmethoden, Innovation und Veränderung, vielfältigen Teams oder Transformation auseinandergesetzt. So wurden nicht nur neue Arbeitsweisen direkt ausprobiert, sondern auch Prinzipien der Zusammenarbeit vorgelebt und die Unternehmenskultur aktiv und partizipativ geformt. Auf den virtuellen Flipcharts sind in den Workshops über 35'000 digitale Post-its mit Ideen, Anregungen, Aufgaben und Ergebnissen entstanden. Und es wurde klar: Um die ambitionierten

Ziele der Strategie «Raiffeisen 2025» zu erreichen, brauchen wir eine Kultur, die von Offenheit, Mut und Vertrauen geprägt ist. Auch die Raiffeisenbanken haben sich mit der Transformation beschäftigt. Über 200 Freiwillige haben in verschiedenen Workshops den Grundbaustein für den Veränderungsprozess gelegt.

 Zum Porträt mit Raiffeisen-Change-Agent Simona Bordoli (Seite 72)

Ausgezeichnet

Was uns besonders freut: Das Projekt zur Kulturentwicklung – unser TransformationTRAIL – wurde im Sommer 2021 von einer Fachjury und nach anschliessendem Online-Voting mit dem Swiss HR Award in der Kategorie «Kultur und Wandel» ausgezeichnet.

Mit vielfältigen Teams zum Erfolg

Eine offene Unternehmenskultur mit vielfältigen Teams macht erfolgreicher, widerstandsfähiger und trägt dazu bei, dass Raiffeisen auch in Zukunft eine attraktive Arbeitgeberin ist.

Die wahrgenommene **Chancengleichheit** bei Raiffeisen Schweiz ist im Vergleich zu 2019 um **21,6 Prozent** gestiegen.

Im Jahr 2025 wird die erwerbsfähige Bevölkerung zu rund 75 Prozent aus Arbeitnehmenden der Generationen Y und Z bestehen. Im Vergleich zu vorherigen Generationen setzen sich diese kulturell und ethnisch vielfältiger zusammen und legen einen hohen Wert darauf, dass Unternehmen Vielfalt fördern und ein offenes Arbeitsklima schaffen. Raiffeisen möchte nicht nur talentierte und engagierte Mitarbeitende gewinnen, sondern diese auch behalten. Dazu gehört es, dass Raiffeisen ihre Unternehmenskultur weiterentwickelt und Mitarbeitende und Vorgesetzte für die Themen Vielfalt und Chancengleichheit sensibilisiert.

Zusammenarbeiten in diversen Teams

Im Rahmen der Gruppenstrategie «Raiffeisen 2025» wurde das Projekt «Balanced Organisation» lanciert, das sich genau dieser Themen annimmt. Letztes Jahr lag der Fokus auf Initiativen im Bereich Gender Diversity und der allgemeinen Sensibilisierung für unternehmensinterne Vielfalt. Dazu wurde ein Mentoringprogramm für Frauen ins Leben gerufen. Zudem

haben alle Mitarbeitenden von Raiffeisen Schweiz im letzten Jahr an Workshops teilgenommen, den sogenannten Transformation-TRAILS.

Gemeinsam zu mehr Vielfalt

Im letzten Jahr wurden auch drei Diversity & Inclusion Communitys ins Leben gerufen: Gruppen für Gleichberechtigung, Sprache & Kultur und eine Gruppe für die Anerkennung und Anliegen von LGBTQIA+-Menschen. In diesen Communitys vernetzen sich Mitarbeitende freiwillig untereinander, beraten und unterstützen einander und machen ihre Anliegen innerhalb des Unternehmens sichtbar.

Erste Anstrengungen von «Balanced Organisation» zeigen bereits Wirkung: Die wahrgenommene Chancengleichheit bei Raiffeisen Schweiz wurde 2021 gemäss der Mitarbeitendenbefragung um 21,6 Prozent im Vergleich zu 2019 verbessert. Ebenfalls konnte der Frauenanteil in Kaderpositionen in der Raiffeisen Gruppe von 27,4 auf 28,5 Prozent gesteigert werden.



A portrait of Simona Bordoli, a woman with dark hair, smiling and wearing a blue textured jacket with gold buttons. She is standing outdoors in front of a building with large windows and a white pillar.

«Wir müssen den Wandel gemeinsam angehen»

Mit dem «TransformationTRAIL» will Raiffeisen Schweiz die Reise zur Raiffeisen-Kultur gemeinsam angehen. Simona Bordoli ist eine von 200 Change Agents und übernahm die Organisation und Durchführung der Workshops für die rund 60 Mitarbeitenden in Bellinzona.



«Der Kulturwandel gelingt nur, wenn sich alle Mitarbeitenden daran beteiligen.»

Simona Bordoli (37)
arbeitet seit 2013 bei Raiffeisen Schweiz in Bellinzona
als Assistentin der Sitzleitung.

Simona Bordoli, was hat Sie dazu bewogen als Change Agent die Transformation von Raiffeisen aktiv mitzugestalten?

Besonders gereizt hat mich die Möglichkeit, direkt in die Weiterentwicklung von Raiffeisen und ihrer Unternehmenskultur involviert zu sein. Ich habe es als persönliche Herausforderung betrachtet, auch Kolleginnen und Kollegen, die Veränderungen nicht immer euphorisch entgegenblicken, für die Raiffeisen-Kultur zu begeistern. Ich wollte sie davon überzeugen, ihren Beitrag zum Kulturwandel zu einer lernenden Organisation zu leisten, denn der gelingt uns nur, wenn sich alle Mitarbeitenden daran beteiligen.



Warum denken Sie, ist eine Transformation nötig?

Wir haben mit der bestehenden Unternehmenskultur, wie ich sie spüre, eine sehr solide Basis. Man spricht miteinander, was die Zusammenarbeit sehr angenehm macht. Dennoch müssen wir bedenken, dass sich die Welt um uns herum sehr schnell verändert. Wenn wir als Gruppe sowohl für Kundinnen und Kunden, aber auch als Arbeitgeberin weiterhin konkurrenzfähig, innovativ und attraktiv bleiben wollen, müssen wir Veränderungen gegenüber offen sein und den Wandel aktiv und gemeinsam angehen.

Was braucht es aus Ihrer Sicht für einen erfolgreichen Wandel und die erfolgreiche Entwicklung einer Raiffeisen-Kultur?

Ein gegenseitiges Vertrauensverhältnis innerhalb des Unternehmens ist entscheidend. Zudem sollte konstruktive Kritik zur Tagesordnung gehören. Wir müssen uns immer wieder vor Augen führen, dass wir ein gemeinsames und sehr ambitioniertes Ziel verfolgen. Wenn wir dieses Ziel erreichen wollen, müssen wir aus Fehlern lernen, an die Vision «Gemeinsam zur Raiffeisen von morgen» glauben und unsere Kultur bewusst leben.



Pilates vor der Sitzung

Die körperliche und geistige Gesundheit ist unser höchstes Gut. Mit der Initiative «gesund leben & arbeiten» unterstützt Raiffeisen Schweiz ihre Mitarbeitenden, das Thema Gesundheit in ihren Arbeitsalltag einzubinden.

«Gesund leben & arbeiten» ermöglicht es den Mitarbeitenden, das Thema Gesundheit in ihren Arbeitsalltag einzubinden.

Achtsamkeitsübungen vor dem ersten Meeting, Pilates oder Joggingstunden in der Mittagspause, Gesundheitstage, medizinische Check-ups und die Grippeimpfung im Büro: Das Programm «gesund leben & arbeiten» ermöglichte es den Mitarbeitenden, das Thema Gesundheit in ihren Arbeitsalltag einzubinden. Insbesondere die Themen Bewegung, psychische Gesundheit, Achtsamkeit und Resilienz standen im vergangenen Jahr im Fokus. Gerade in der herausfordernden Pandemiezeit konnte Raiffeisen Schweiz durch das Programm Verantwortung übernehmen und ihre Mitarbeitenden für die Themen körperliche und mentale Gesundheit begeistern und sensibilisieren – zum Beispiel mit 16 virtuellen Gesundheitsreferaten mit Referentinnen und Referenten wie Kunstturnerin

Ariella Käslin, einem Fachexperten der Stiftung pro mente sana oder Marathonlegende Viktor Röthlin.

Gesund führen

Eine gesunde Work-Life-Balance beginnt nicht zuletzt mit einem gesunden Arbeitsklima. Darum wurde 2021 auch das Leitbild «gesund führen» erarbeitet. Ziel war es, Führungskräfte zu sensibilisieren und ein gemeinsames Verständnis einer gesunden Zusammenarbeit zu schaffen und zu fördern. Denn gesunde Mitarbeitende sind die Basis für Innovation, Kreativität und eine lernfähige Organisation.

➡ Mehr zu Raiffeisen als Arbeitgeberin unter raiffeisen.ch/deine-karriere

Zufriedenheit der Mitarbeitenden ist gestiegen

Der **Energieindex** von Raiffeisen Schweiz ist 2021 **gestiegen**.

Motivierte und engagierte Mitarbeitende, welche sich mit Herzblut für Ziele einsetzen, bringen ein Unternehmen voran. 2021 hat Raiffeisen Schweiz die Mitarbeitendenbefragung von 2019 wiederholt, um den Erfolg der bisherigen Massnahmen zu evaluieren. Die Gesamtergebnisse sind sehr positiv und es konnte eine Steigerung im Bereich des Energieindex erreicht werden. Der Energieindex misst die Kraft, mit der ein Unternehmen Dinge

bewegt. Insbesondere die Bereiche Chancengleichheit, Zukunftsbild und Strategie, Strukturen der Zusammenarbeit sowie Vertrauen haben sich positiv entwickelt. In den Themen Überbelastung und übergreifende Zusammenarbeit besteht weiterhin Verbesserungspotenzial. Mit Massnahmen wie der Etablierung von agilen Arbeitsweisen und einer Initiative zur Identifikation von Verbesserungsmöglichkeiten adressiert Raiffeisen Schweiz diese Themen.

«Das Nein hat meinen Ehrgeiz geweckt»

«Geht nicht gibt's nicht», dachte sich Sofia Jegi, Berufsbildnerin bei der Raiffeisenbank Zürich, und initiierte ein Nachwuchsprojekt: Im April 2021 führten vier Lernende die Geschäftsstelle Oerlikon.

Woher stammt die Idee für das Projekt?

Alles begann mit dem Raiffeisen Symposium 2019, an welchem ein Unternehmen sein Lernendenprojekt «Für eine Woche Chef sein» vorstellte. Die Reaktion aus dem Publikum: Ein solches Projekt wäre in einer Bank nicht realisierbar. Das hat meinen Ehrgeiz geweckt. Ich wollte beweisen, dass dies bei Raiffeisen möglich ist.

Wie haben Sie die Nachwuchskräfte bei der Vorbereitung und in dieser Woche erlebt?

Wir müssen uns nochmals die Situation vergegenwärtigen, in der wir Anfang 2021 steckten: In den Geschäftsstellen war wegen Corona jeweils nur die Hälfte der Belegschaft vor Ort, die andere im Homeoffice. Die Lernenden arbeiteten oft von zu Hause aus. Dazu kam der Schulstress. Das hielt sie nicht davon ab, verbindliche Termine zu setzen und ein cleveres Konzept zu entwickeln. Das war schlicht fantastisch.



«Ich wollte beweisen, dass «Für eine Woche Chef sein» bei Raiffeisen möglich ist.»

Sofia Jegi
Berufsbildnerin Raiffeisenbank Zürich



Die Lernenden Maria Nikos, Tim Jaun, Rahel Hug und Nuria Honegger (von links) haben die Geschäftsstelle Oerlikon im April 2021 geführt.

Was waren Highlights dieses Projekts?

Die Lernenden haben die Geschäftsstelle selbstständig geführt und durften auf die Erfahrungen der Kolleginnen und Kollegen zurückgreifen. Zudem haben sie einen Instagram-Account [@Nachwuchs_raiffeisen_zh](#) betrieben, auf welchem die Banklehre aus Sicht der Lernenden präsentiert wurde. Ich bin stolz auf die vier jungen Erwachsenen im Alter von 16 bis 19 Jahren. Und die positive Resonanz der Kundinnen und Kunden hat gezeigt: Auch sie waren begeistert!

Impressum

Raiffeisen Schweiz Genossenschaft
Gruppenkommunikation
Raiffeisenplatz
CH-9001 St.Gallen
Telefon: +41 71 225 84 84
Internet: [raiffeisen.ch](https://www.raiffeisen.ch)
E-Mail: medien@raiffeisen.ch

Redaktionsschluss: 30. März 2022

Herausgabe: 22. April 2022

Berichterstattung

Die Berichterstattung besteht aus dem Jahresbericht 2021 der Raiffeisen Gruppe, dem Geschäftsbericht 2021 der Raiffeisen Gruppe (bestehend aus Lagebericht, Corporate Governance, Jahresabschluss, aufsichtsrechtlicher Offenlegung), der aufsichtsrechtlichen Offenlegung per 31.12.2021 der Raiffeisen Gruppe und dem Geschäftsbericht 2021 von Raiffeisen Schweiz. Alle Publikationen sind auch online verfügbar unter report.raiffeisen.ch

Sprachen

Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch. Massgebend ist die deutsche Version.

Konzeption

Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St.Gallen
phorbis Communications AG, Basel

Chefredaktion

Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St.Gallen

Text

Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St.Gallen

Layout und Satz

phorbis Communications AG, Basel

Übersetzung

Apostroph Group, Luzern
Raiffeisen Suisse société coopérative, Siège Suisse romande, Lausanne
Raiffeisen Svizzera società cooperativa, Sede Svizzera italiana, Bellinzona

Fotografie

Marc Wetli, Küsnacht
Raiffeisen Schweiz Genossenschaft, St.Gallen

Hinweise betreffend zukunftsgerichtete Aussagen

Die vorliegende Publikation enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Diese widerspiegeln Einschätzungen, Annahmen und Erwartungen der Raiffeisen Schweiz Genossenschaft zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Publikation. Aufgrund von Risiken, Unsicherheiten und anderen wesentlichen Faktoren können die künftigen Ergebnisse wesentlich von den zukunftsgerichteten Aussagen abweichen. Raiffeisen Schweiz Genossenschaft ist nicht verpflichtet, die zukunftsgerichteten Aussagen in dieser Publikation zu aktualisieren.



Vielen Dank für Ihr Vertrauen.

Wir machen den Weg frei

