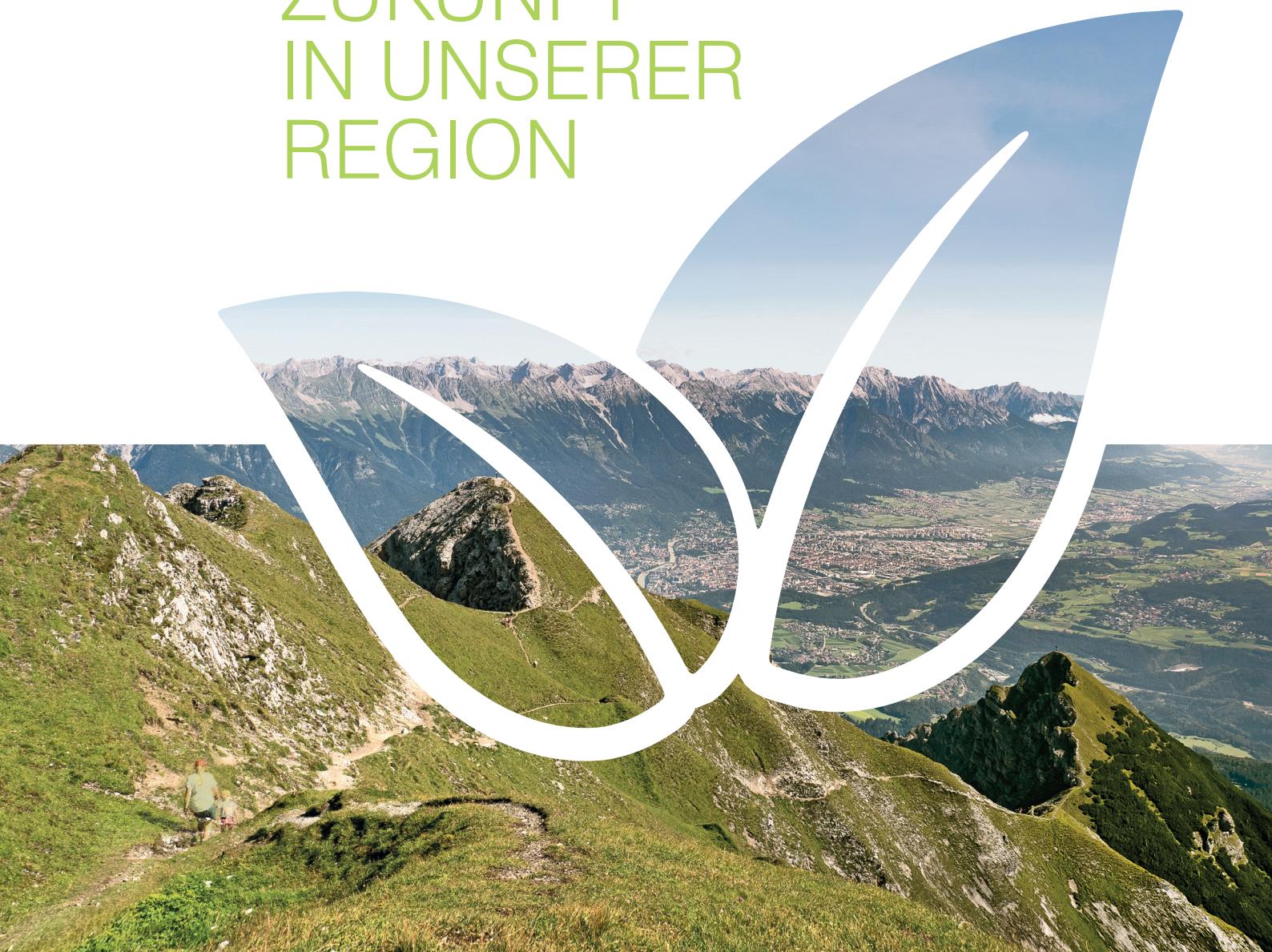


STRATEGIE



# WIR GESTALTEN

EINE  
NACHHALTIGE  
ZUKUNFT  
IN UNSERER  
REGION





# UNSERE NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

## UNSER NACHHALTIGKEITSVERSTÄNDNIS

Die Transformation zu einem nachhaltigen Wirtschafts- und Lebensstil mit seinen drei Facetten – Wirtschaft, Soziales und Ökologie – gehört zu den größten Herausforderungen unserer Zeit. Als starker Partner der Tiroler Wirtschaft fördern wir die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft mit dem Ziel, eine faire Wirtschafts- und Lebensgrundlage für jetzige und zukünftige Generationen zu schaffen. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst und leisten einen Beitrag zu dieser Entwicklung. Unsere Nachhaltigkeitsvision bietet einen zukunftsfähigen Fahrplan für den proaktiven Umgang mit den unterschiedlichen Aspekten der Nachhaltigkeit. Sie orientiert sich insbesondere an unseren Werten, unserer Mission/Vision, dem europäischen Grünen Deal und den UN Sustainable Development Goals (SDGs)

### 1 WERTE DER RLB TIROL AG

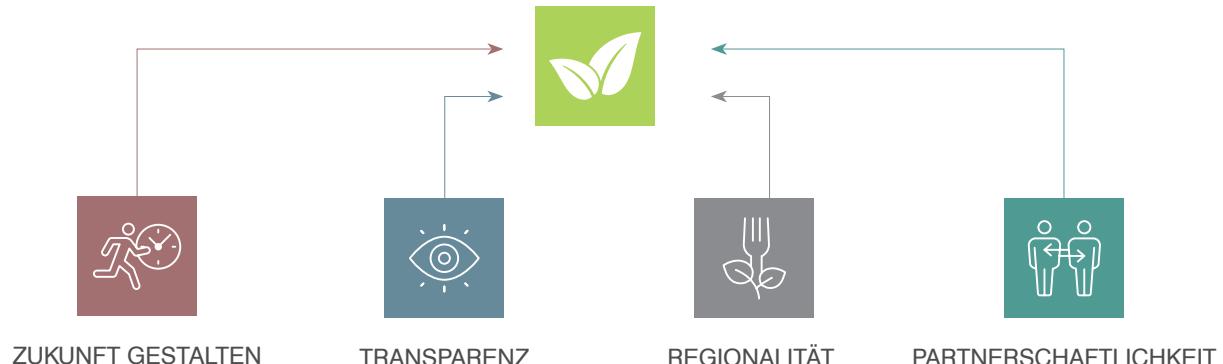
Das, was die RLB Tirol AG und unsere Mitarbeiter:innen substanzial ausmacht, sind die grundlegenden Überzeugungen und Werte sowie der eigentliche Zweck des Unternehmens – kurzum sein Wesenkern. Eine wichtige Dimension dessen stellen die Werte der RLB Tirol AG dar.

#### SIE BEANTWORTEN DIE FRAGE „WOFÜR STEHEN WIR?“

Die historischen Raiffeisenwerte waren über 125 Jahre die Säulen unseres wirtschaftlichen Erfolges. Um auch in der Zukunft erfolgreich zu sein, wurden diese 2021 erweitert und in zeitgemäße Werte übersetzt:

- |   |                           |   |                       |
|---|---------------------------|---|-----------------------|
| ■ | Nähe                      | ■ | Kompetenz             |
| ■ | Transparenz               | ■ | Partnerschaftlichkeit |
| ■ | Nachhaltigkeit            | ■ | Regionalität          |
| ■ | Kundenzentrierung         | ■ | Zukunft gestalten     |
| ■ | Unternehmerisches Handeln |   |                       |

Diese Werte stellen wichtige Eckpfeiler der Nachhaltigkeitsstrategie dar. Wie auch bei den SDGs wurde hier ein Fokus auf bestimmte Werte gelegt, die für uns beim Thema Nachhaltigkeit handlungsleitend sind. Die Werte „Zukunft gestalten“, „Transparenz“, „Regionalität“ und „Partnerschaftlichkeit“ stellen das Fundament der Nachhaltigkeitsstrategie dar. Diese sind essenziell bei der Planung und Umsetzung der Nachhaltigkeit im Unternehmen.



### ZUKUNFT GESTALTEN

Nur auf Abruf bereitstehen? Nur dann handeln, wenn man dazu aufgefordert wird? Das ist gegen unsere Philosophie. Wir gestalten die Zukunft! Mit unseren Ideen. Mit unserer Kompetenz. Mit unserem Weitblick. Nachhaltigkeit verlangt eine große Veränderungsbereitschaft – besser noch: Spaß an der Veränderung. Das Thema muss mit viel Energie und frischen Ideen zeitnah angegangen werden. Der Wert „Zukunft gestalten“ ist deshalb ganz wesentlich für die Erfolgsaussichten der RLB Tirol AG im Bereich Nachhaltigkeit.



### TRANSPARENZ

Wenn etwas transparent ist, bedeutet das, dass man in das Innere schauen kann, es durchsichtig ist. Auf Nachhaltigkeit übertragen geht es um die Durchschaubarkeit und Glaubhaftigkeit von Vorgängen, Maßnahmen und Entscheidungen. Nachhaltigkeit muss nachvollziehbar und verständlich sein. Kund:innen empfinden Nachhaltigkeit als echt, wenn sie verstanden wird und ernst gemeint ist. Dann wird auch ein angemessener Preis akzeptiert und wir gewinnen an Glaubwürdigkeit.



### REGIONALITÄT

Region. Das ist mehr als nur die Stadt, das Land, die Gebäude oder die Landschaft. Es ist die Summe aller Teile, die die Region zu einem großen Ganzen macht. Und es sind die Menschen, die in der Region leben. Von dort kommen wir. Hier haben wir unseren Ursprung. Und genau dort setzen wir an. Wir investieren in unsere Region – nicht zuletzt durch Arbeitsplätze vor Ort. Wir fördern unsere Region. Dennoch ist uns bewusst, dass Regionalität nicht per Definition für Nachhaltigkeit steht. Gemeinsam mit unserem Netzwerk und unserem Know-how schaffen wir die Transformation zu einer Regionalität, die die drei Komponenten der Nachhaltigkeit berücksichtigt.



### PARTNERSCHAFTLICHKEIT

„Was dem Einzelnen nicht möglich ist, das Vermögen viele“ hat seinen Ursprung im Solidaritätsgedanken und der genossenschaftlichen Organisationsform. Dieser Wert ist für Nachhaltigkeit unumgänglich, da sowohl die globalen als auch die lokalen Herausforderungen und Chancen nur gemeinsam bewältigt bzw. genutzt werden können. Partnerschaftlichkeit funktioniert allerdings nur, wenn man sich auf Augenhöhe begegnet – wertschätzend und zum gegenseitigen Nutzen. Aber auch fair und verlässlich, durch Höhen und Tiefen des Lebens begleitend.



## 2 MISSION/VISION

Die Fragen „Warum existieren wir?“ und „Wohin wollen wir?“ werden durch unsere Mission bzw. unsere Vision beantwortet. Auch diese leisten einen essenziellen Beitrag zu unserem Nachhaltigkeitsverständnis.

UNSERE VISION LAUTET:

DURCH DIE BANK BEGEISTERND.

Wir begeistern, indem wir Erwartungen übertreffen.



UNSERE MISSION LAUTET:

Mit Verantwortung und durch Vertrauen führen wir die Raiffeisen-Bankengruppe Tirol in eine erfolgreiche Zukunft und schaffen als regional verankerte Bank gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden nachhaltig Lebensqualität und Wohlstand in Tirol.



### 3

## EUROPÄISCHER GRÜNER DEAL

Der Klimawandel, Biodiversitätsverlust, wachsende soziale Ungleichheiten, Korruption und fehlende Transparenz stellen Herausforderungen für Mensch, Umwelt und Wirtschaft dar. Um diesen Entwicklungen entgegenzuwirken, hat die Europäische Kommission 2019 den europäischen Grünen Deal vorgestellt. Mit diesem sollen Klimaneutralität und Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt der politischen und wirtschaftlichen Agenda rücken. Mit diesem ehrgeizigen Plan soll die EU bis zum Jahr 2050 zum globalen Vorreiter im Kampf gegen den Klimawandel werden und Nachhaltigkeit in allen Wirtschaftssektoren verankern.

Im Rahmen des Grünen Deals wurde der „Aktionsplan zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums“ für die EU veröffentlicht, der die Rolle des Finanzsektors bei der nachhaltigen Transformation konkretisiert. Die Finanzbranche ist für einen Umbau der Wirtschaft ein essenzieller Partner. Zur klareren Definition von Nachhaltigkeit wurden die sogenannten ESG-Faktoren (Environment, Social, Governance) in der Finanzwirtschaft etabliert. Diese berücksichtigen einerseits ökologische, andererseits aber auch sozial-gesellschaftliche Aspekte sowie die Art der Unternehmensführung. Wir sehen das Thema ganzheitlich und konzentrieren uns sowohl auf den Bereich „Klima und Umwelt“ als auch auf die Aspekte „Soziales“ und „Governance“.





## 4

## UN Sustainable Development Goals

Den Überbau unserer Nachhaltigkeitsvision bilden die 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen, die sogenannten Sustainable Development Goals. Diese wurden 2015 als „Agenda 2030“ von 193 Mitgliedsländern (u. a. Österreich) der Vereinten Nationen unterzeichnet.

Diese SDGs bilden einen wichtigen Orientierungsrahmen für unser Unternehmen. Alle 17 Nachhaltigkeitsziele spielen für die RLB Tirol eine wichtige Rolle. Einige sind aufgrund des genossenschaftlichen Grundgedankens bereits im Unternehmen verankert. Die anderen werden in den nächsten Jahren implementiert. Im Rahmen der Strategie- und Visionserarbeitung wurden jene SDGs herausgearbeitet, auf die wir in der RLB Tirol in den nächsten Jahren ein besonderes Augenmerk legen wollen.

**Diese Fokus-SDGs sind:**

- SDG 5 (Geschlechtergleichheit)
- SDG 7 (Bezahlbare und saubere Energie)
- SDG 8 (Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum)
- SDG 9 (Industrie, Innovation und Infrastruktur)
- SDG 12 (Nachhaltige/r Konsum und Produktion)
- SDG 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz)





## 5

# Unsere Nachhaltigkeitsstrategie 2025

## PROZESS ZUR ERSTELLUNG UNSERER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE 2025

**STAKEHOLDERDIALOG**  
(externe und interne Stakeholder)

**WESENTLICHKEITSANALYSE**

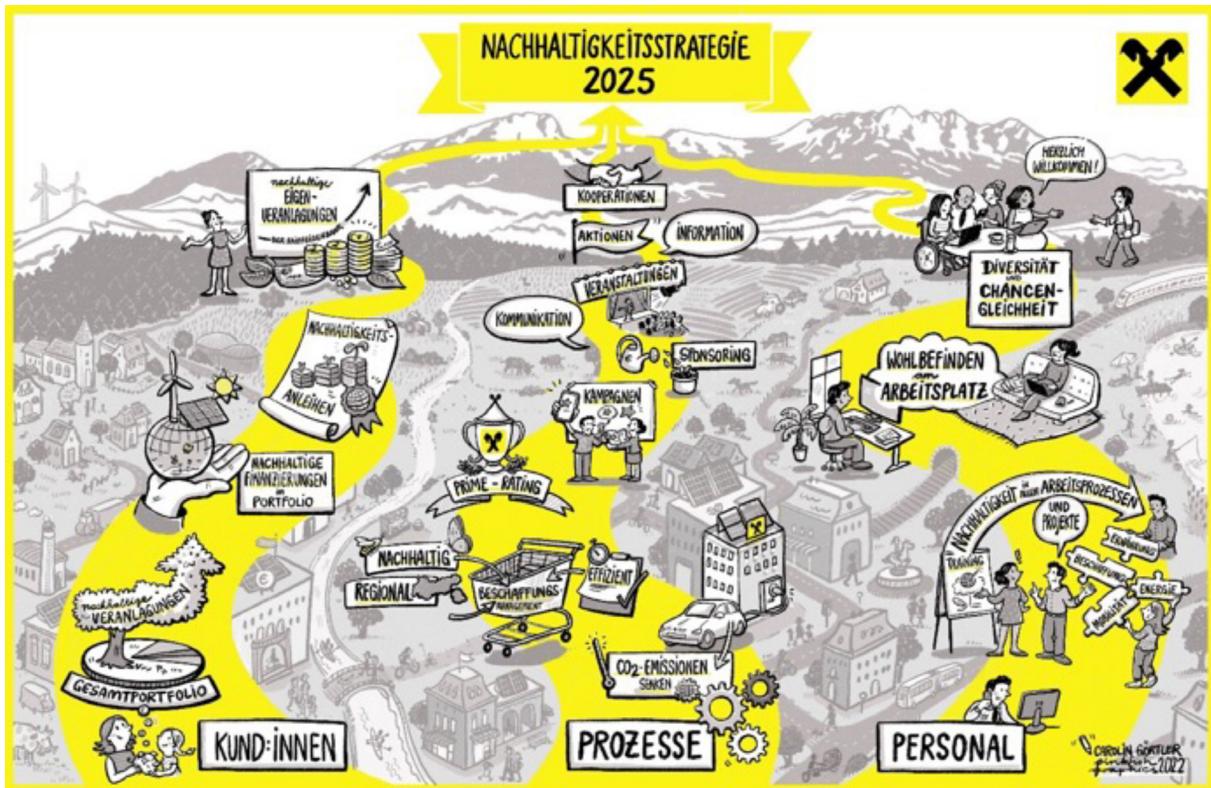
**ERARBEITUNG VON ZIELEN UND ROADMAPS  
(HANDLUNGSFELDER)**

**FREIGABE DURCH VORSTAND UND AUFSICHTSRAT**

## ZIELE UNSERER NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE 2025

Diese drei Kernbereiche lauten:

- **Kund:innen:** Dieser Pfad beinhaltet Ziele zu den Themenfeldern Finanzierung, Eigenveranlagung (Nostro), Fremdveranlagung und nachhaltige Emissionen
- **Prozesse:** Schwerpunkte auf diesem Pfad sind Energie, betriebliche Mobilität, Infrastruktur, Beschaffung, ESG Rating, Kommunikation sowie Marketing
- **Personal:** Auf diesem Pfad sind folgende Themenfelder von zentraler Bedeutung: Aus- und Weiterbildung, physische und psychische Gesundheit, Inklusion und Diversität



## Kund:innen

**Wir haben den Anteil nachhaltiger Veranlagungen in unserem Portfolio deutlich erhöht.**

Indikator zur Zielerreichung:

- Anteil nachhaltiger Veranlagungen auf 35 Prozent am Gesamtvolumen erhöht.



**Wir haben den Anteil nachhaltiger Finanzierungen in unserem Portfolio deutlich erhöht.**

Indikator zur Zielerreichung:

- Neukreditvolumen nachhaltiger Finanzierungen beträgt mind. 100 Millionen Euro



**Wir haben zwei Nachhaltigkeitsanleihen emittiert.**

Indikator zur Zielerreichung:

- Emission von zwei Nachhaltigkeitsanleihen



## Wir haben das Volumen nachhaltiger Eigenveranlagungen erhöht.

### Indikator zur Zielerreichung:

- Erhöhung des Volumens an nachhaltigen Assets in der Eigenveranlagung um 325 Millionen Euro



## Prozesse

**Wir haben die Treibhausgasemissionen unserer Gebäude und unseres Fuhrparks (Basisjahr 2019) stark verringert.**

### Indikator zur Zielerreichung:

- Reduktion der Treibhausgasemissionen um mindestens 60 Prozent



## Wir haben ein nachhaltiges, effizientes und regionales Beschaffungsmanagement eingeführt.

### Indikator zur Zielerreichung:

- Beschaffung von mindestens 90 Prozent unserer Produkte und Dienstleistungen nach anerkannten Nachhaltigkeitskriterien.



## Wir haben ein Prime-Rating einer anerkannten Nachhaltigkeitsagentur erhalten.

### Indikator zur Zielerreichung:

- ISS ESG Prime-Status



## Wir haben Kommunikationsmaßnahmen inhaltlich und organisatorisch auf das Thema Nachhaltigkeit ausgerichtet (Veranstaltungen, Kampagnen, Aktionen, Kooperationen, Sponsoring etc.)

### Indikator zur Zielerreichung:

- Jährlich mindestens drei Kommunikationskampagnen zum Thema Nachhaltigkeit
- Durchführung von mindestens 90 Prozent aller Veranstaltungen als Green Event Tirol
- Mindestens 90 Prozent aller Kooperations- und Sponsoringsverträge nach Nachhaltigkeitskriterien





## Personal

**Wir befähigen unsere Mitarbeiter:innen das Thema Nachhaltigkeit in ihre täglichen Arbeitsprozesse und Projekte zu integrieren.**

**Indikator zur Zielerreichung:**

- Alle Mitarbeiter:innen haben eine Grundausbildung zum Thema Nachhaltigkeit absolviert



**Wir haben das psychische bzw. physische Wohlbefinden aller Mitarbeiter:innen am Arbeitsplatz erhöht.**

**Indikator zur Zielerreichung:**

- Minimierung der Anzahl der durch Verletzungen, Unfälle, Todesfälle oder Krankheiten bedingten Ausfalltage



**Wir erhöhen kontinuierlich die Diversität und Chancengleichheit im Unternehmen.**

**Indikator zur Zielerreichung:**

- Anteil an Frauen in Führungspositionen auf 30 Prozent und im Aufsichtsrat auf 25 Prozent erhöht

