

„Nachhaltige Finanzierung ist längst kein Nischenthema mehr“

Internationale Kompetenz, Kapitalmarktexpertise und tiefes lokales Know-how zeichnen die UniCredit Bank Austria in Österreich aus. Nach vielen internationalen Stationen verantwortet Günter Schubert seit September 2019 den Bereich Corporate & Investment Banking im Vorstand der UniCredit Bank Austria. Nach einer ersten Bilanz seiner Tätigkeit gewährt der Topmanager den Wirtschaftsnachrichten Einblicke in aktuelle Trends und die strategische Ausrichtung.

Herr Schubert, Sie sind seit einem halben Jahr Vorstand der UniCredit Bank Austria für Corporate & Investment Banking, wie lautet Ihre erste Bilanz?

► Ich habe mich in den ersten Monaten meiner Tätigkeit sehr klar auf vier Kernbereiche konzentriert. Es ist mir ganz wichtig, unsere Kunden und ihre Geschäftsmodelle intensiv kennenzulernen und so viel wie möglich in engen Kontakt mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu treten, denn das sind die Menschen, die an unseren Produkten arbeiten und unsere Kunden laufend betreuen. Strategisch lege ich meinen Fokus darauf, frühzeitig Trends zu erkennen, die für unsere Kunden besonders relevant sind. Und last but not least ist mir ein Punkt ganz besonders wichtig, der einer unserer einzigartigen Stärken ist: die enge Zusammenarbeit von Corporate & Investment Banking und Firmenkundengeschäft. Unsere Expertise, die wir im Investmentbanking haben, steht unseren Firmenkunden jederzeit zur Verfügung, zum Beispiel unser Zugang zum Kapitalmarkt sowie unser Know-how in diesem Bereich, aber auch unser internationales Netzwerk als Nummer eins im Außenhandel genauso wie unsere innovativen Absicherungsstrategien im Rohstoff-, Währungs- und Zinsbereich. Und diese enge Zusammenarbeit werden wir sicherlich noch weiter vorantreiben.

Welche Eindrücke konnten Sie gewinnen, was hat Sie am meisten überrascht?

► Ich habe in den letzten vier Monaten mehr als 120 Kunden getroffen. Ich hatte Gespräche mit Eigentümern, CEOs und CFOs aus den verschiedensten Branchen, aus allen Regionen. Ich war jedes Mal aufs Neue erstaunt und erfreut, wie gut und stabil unsere Kundenbeziehungen sind. Es gibt so viel Positives über dieses Haus zu erzählen und ich kann sagen, es freut mich am meisten, wenn es von unseren Kunden kommt. Damit hatte ich, ehrlich gesagt, in diesem Ausmaß nicht gerechnet. Das ist schön zu sehen und auch eine enorme Anerkennung für die Leistung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir sind ein langfristiger und nachhaltiger Partner und das werden wir auch bleiben.



Vorstand Günter Schubert, der den Bereich Corporate & Investment Banking der UniCredit Bank Austria verantwortet.

Foto: UniCredit Bank Austria

Als einen Schwerpunkt Ihrer Tätigkeit haben Sie das Aufgreifen von Trends angesprochen, die für Ihre Kunden wichtig sind. Was sind denn aus Ihrer Sicht die bedeutendsten Entwicklungen, die es zu beachten gilt?

► Natürlich ist die aktuelle konjunkturelle Lage ein Thema sowie Entwicklungen im in-

ternationalen Umfeld. Österreich ist ein Exportland, fast sechs von zehn Euro werden im Export verdient. Da sind sinkende Exportaufträge natürlich ein Thema. Die Schwäche im globalen Handel ist in der heimischen Wirtschaft angekommen und setzt der Exportwirtschaft und der Industrie zu. Aber auch das Thema Digitalisierung, da set-

zen wir zum Beispiel zur Optimierung des Working Capitals bereits sehr erfolgreich auf die Zusammenarbeit mit FinTechs, und ganz stark das Thema Green Finance sind momentan sehr präsent.

Welche Bedeutung hat denn das Thema Green Finance für die UniCredit Bank Austria?

► Wir waren von Anfang an dabei, schon als der erste Green Bond überhaupt auf den Markt kam. 2007 hat die Europäische Investitionsbank den ersten Green Bond begeben und wir als UniCredit waren Konsortialführer. Wir sind also Pioniere, was das Thema Green Finance angeht. Wir haben große Expertise im Haus und mittlerweile hat auch das Interesse der Unternehmen und der Investoren sehr stark zugenommen. Daher haben wir seit September auch ein Sustainable-Finance-Advisory-Team, das Kunden beim Übergang von traditionellen zu grünen Strategien berät. Wir sind entschlossen, diese neue Gruppe von Kreditnehmern bestmöglich zu unterstützen. Und das ist ein weiterer wichtiger Schritt in diese Richtung.

Aufgrund unserer langjährigen Erfahrung und Kompetenz zählen wir zu den führenden Banken in Europa, wenn es um die Platzierung von grünen Anleihen geht.

Green Bonds sind das erste Finanzierungsinstrument auf diesem Gebiet, das nicht nur kräftige Zuwächse, sondern mittlerweile auch eine beachtliche Marktgröße erreicht hat. Nicht nur Anleihen, sondern auch Kredite nach „grünen“ Prinzipien zu gestalten ist für mich eine logische Fortsetzung. Green Finance wird immer breiter, Ende letzten Jahres haben wir zum Beispiel das erste an Nachhaltigkeitskriterien gebundene Schuldscheindarlehen in Europa für Lenzing betreut.

Wie kann man Unternehmen davon überzeugen, dass ihnen Green Finance einen Vorteil bringt?

► Meist muss ein Unternehmen nicht überzeugt werden, eine grüne Anleihe auszugeben oder einen nachhaltigen Kredit aufzu-

nehmen. Ganz im Gegenteil, die Unternehmen kommen mit ihren Anfragen direkt auf uns zu. Vor allem Unternehmen mit einem speziellen Fokus auf Nachhaltigkeit wollen nun auch ihre Finanzierung verstärkt auf Basis nachhaltiger Kriterien ausrichten. Nach der erfolgreichen Platzierung des weltweit ersten nachhaltigen syndizierten Kredits für den Verbund im Dezember 2018 haben wir bei UniCredit viele Anfragen von Kunden erhalten, die sich näher mit diesem Thema befassen wollen. Kurz darauf hat die UniCredit übrigens für Henkel den nächsten nachhaltigen syndizierten Kredit in Deutschland erfolgreich strukturiert und platziert.

Nachhaltige Finanzierungen sind längst kein Nischenthema mehr und etablieren sich immer stärker. Nachhaltige Kredite werden sich in den kommenden Jahren zu einem festen Bestandteil einer modernen Unternehmensfinanzierung entwickeln. Und sie sind ein gutes Instrument, um den ökologischen Umbau unserer Wirtschaft voranzutreiben.

Wie sehr kann man denn als Bank dazu beitragen, dass sich ein Umdenken in Richtung Nachhaltigkeit in der Wirtschaft noch stärker etabliert?

► Der Markt für Green Finance entwickelt sich rasant. Die Haupttreiber sind vor allem Reputation und öffentliches Interesse, aber auch der Wunsch der Aktionäre und Aufsichtsbehörden, dass sich Unternehmen verstärkt an nachhaltigen Kriterien ausrichten. Unser Beitrag ist es, diese Entwicklungen auch auf der Finanzierungsseite abzubilden. Damit hört Nachhaltigkeit aber nicht auf, wir schauen natürlich auch darauf, was wir bei uns tun können. Dazu gehört auch, dass wir als UniCredit bis 2023 vollständig aus Kohlebergbau- und Kohlekraftwerksprojekten aussteigen werden. Wir werden auch keine neuen Projekte für die Gewinnung von arktischem Öl und arktischem Offshore-Gas oder von Schieferöl und -gas und dem damit verbundenen Fracking finanzieren. Gleichzeitig wollen wir Finanzierungen im Bereich der erneuerbaren Energien bis 2023 um 25 Prozent auf mehr als neun Milliarden Euro

steigern und die Energieeffizienz-Darlehen an Kunden um bis zu 34 Prozent ausbauen. Zudem werden wir unsere direkten Umweltauswirkungen minimieren. Um hier nur zwei Punkte zu nennen: Wir haben als Gruppe seit 2008 unsere Treibhausgasemissionen halbiert und verpflichten uns, bis 2020 eine Reduktion um 60 Prozent und bis 2030 eine Reduktion um 80 Prozent zu erreichen. Bis 2023 werden wir den gesamten Stromverbrauch unserer Gebäude in Italien, Deutschland und Österreich aus erneuerbaren Energien decken. 2018 waren es bereits 78 Prozent.

Was planen Sie für die weitere Zukunft?

► Ich bin zu einem sehr spannenden Zeitpunkt in den Vorstand der UniCredit Bank Austria gekommen. Ich bin seit September hier und im Dezember hat die UniCredit ihren Strategieplan für die nächsten vier Jahre präsentiert. Der Erfolg unseres letzten Strategieplans „Transform 2019“ ist die Grundlage für unseren neuen Plan. Wir haben unsere bisherigen Ziele übertroffen und die Kosteneffizienz und Restrukturierung erfolgreich umgesetzt. Heute sind wir als UniCredit Bank Austria deutlich stärker und besser aufgestellt als vor drei Jahren.

Dasselbe wollen wir nun auch verstärkt bei der Produktivität und der Kundenzufriedenheit erreichen, das sind zwei Kernthemen unseres neuen Plans. Wir setzen den Fokus noch klarer auf unsere Kunden und das Kundenerlebnis. Und wir werden nachhaltige Renditen erzielen, indem wir unsere Produktivität durch Kostenoptimierung und effizientere Geschäftsprozesse erhöhen. Aber auch ein diszipliniertes Risikomanagement und das Kapital- und Bilanzmanagement sind Fokuspunkte. Der Plan heißt „Team 23“, um das starke Engagement und die Bemühungen aller Beteiligten zu würdigen. Der Name des Plans ist also Programm und wir werden daher gemeinsam alles unternehmen, um die Ziele von „Team 23“ zu verwirklichen. ■■