

# ENERGIEWENDE

Deep Research Fund  
Nachhaltigkeitsbericht 2025

«Die Notwendigkeit der Dekarbonisierung ist längst unbestritten. Wie rasch sie sich jedoch von ferner Vision zu gegenwärtiger Realität entwickelt, prägt unsere Zukunft massgeblich. Die Eindämmung des Klimawandels erfordert gemeinsames Handeln auf allen Ebenen – auch in der Art und Weise, wie wir im Deep Research Fund Unternehmen auswählen und welche Erwartungen wir an sie richten.»

— Deep Research Fund Team

Unser erster Nachhaltigkeitsbericht konzentriert sich auf die aktuellen Emissionen der Unternehmen in unserem Portfolio sowie auf ihre Strategien zur Verbesserung ihrer Klimabilanz. Wir beleuchten, wie diese Unternehmen heute ihren Energieverbrauch steuern, welche Ziele sie sich zur Senkung künftiger Emissionen gesetzt haben und welche Fortschritte sie bereits erzielt haben. Zudem analysieren wir, wie wir mit Unternehmen umgehen, die relevante Daten nicht offenlegen, unzureichende Ziele formulieren oder ihre erklärten Ambitionen bislang nicht erfüllen.

Am Ende dieses Berichts werden Sie hoffentlich ein klareres Bild davon haben, wie Ihre Investition in den Deep Research Fund zum Fortschritt in Richtung einer klimaverträglicheren Wirtschaft beitragen kann.

Verantwortung beginnt mit Verständnis.....	2
Energieintensität und Effizienz.....	3
Elektrifizierung und Energieumstieg .....	3
Strommix: Strom ist nicht gleich Strom .....	5
Der Weg zu Netto-Null.....	6
Die Roadmap von Telenor: Klare Ziele, greifbare Ergebnisse.....	9
Engagement wo Klimaschutzpläne zu kurz greifen .....	10
Fazit.....	11

## Verantwortung beginnt mit Verständnis

Auf dem Papier erscheint der Deep Research Fund als Vorreiter der Energiewende – und das spiegelt sich auch in seinem CO<sub>2</sub>-Fussabdruck wider: Er liegt bei lediglich 18.4 Tonnen CO<sub>2</sub>-Äquivalent (CO<sub>2</sub>e) pro einer Million Schweizer Franken Umsatz. Zum Vergleich verursachen Unternehmen im Swiss Market Index durchschnittlich 95.9 Tonnen, während der breitere MSCI World Index – eine repräsentative Momentaufnahme von Unternehmen in Industrieländern weltweit – auf 106.5 Tonnen kommt. Der bewusste Ausschluss von Öl- und Gaskonzernen durch den Deep Research Fund trägt dabei wesentlich zu diesem deutlich geringeren Fussabdruck bei. Doch ein niedriger CO<sub>2</sub>-Fussabdruck allein ist kein verlässlicher Indikator für klimabewusstes Investieren.

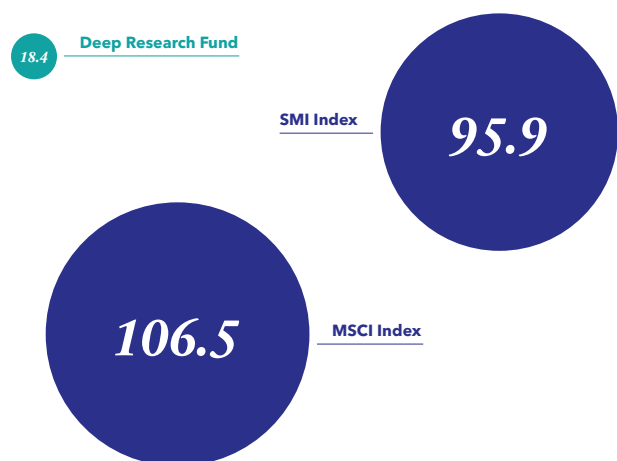
Ein grosser Teil der Emissionen im MSCI World Index entfällt auf wenige Sektoren wie Öl und Gas, Bau oder Bergbau. Durch den Ausschluss dieser Branchen lässt sich zwar leicht eine geringere CO<sub>2</sub>-Intensität erzielen. Das bedeutet jedoch nicht automatisch, dass die verbleibenden Unternehmen auch klimabewusst handeln. Manche Firmen weisen trotz fehlender Energierichtlinien, wenig glaubwürdiger Dekarbonisierungsstrategien oder unzureichender Transparenz in der Offenlegung ihrer Umweltauswirkungen eine niedrige CO<sub>2</sub>-Intensität auf.

Wir betrachten die Emissionsdaten nicht als abschliessende Bewertung, sondern als Ausgangspunkt. Nachhaltigkeit ist für uns kein Zusatzthema, sondern ein integraler Bestandteil unserer Verantwortung als Eigentümer der Unternehmen, in die wir investieren. Sie ist unseren Kunden wichtig – und wir sind überzeugt, dass langfristig ausgerichtete, nachhaltig handelnde Unternehmen auch wirtschaftlich erfolgreicher sind. Transparenz ist für uns dabei der erste Schritt hin zu echter Rechenschaftspflicht. Vor diesem Hintergrund wollen wir einen genaueren

Blick darauf werfen, was in unserem Portfolio wirklich geschieht.

Zur Verringerung der CO<sub>2</sub>-Intensität stehen im Wesentlichen drei Ansätze im Vordergrund: Die Steigerung der Energieeffizienz, der Umstieg von fossilen Energieträgern auf Elektrizität sowie die Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien im Strommix. Jede dieser Strategien trägt unmittelbar zur Senkung der Nettoemissionen bei. Eine vierte Möglichkeit besteht in der Kompensation von Emissionen durch den Erwerb von CO<sub>2</sub>-Zertifikaten – in diesem Bericht konzentrieren wir uns jedoch auf die ersten drei Ansätze.

Abbildung 1: CO<sub>2</sub> Intensität  
CO<sub>2</sub>e / CHF 1 m



## Energieintensität und Effizienz

Die Energieintensität misst, wie viel Energie ein Unternehmen zur Herstellung seiner Produkte oder Dienstleistungen benötigt, und gibt damit Aufschluss über seine betriebliche Effizienz. Verbesserungen der Energieeffizienz wurden traditionell vor allem aus Kostengründen angestrebt. Mit der zunehmenden Dringlichkeit der Dekarbonisierung ist dieses Ziel jedoch noch wichtiger geworden – insbesondere dort, wo sauberere Energiequellen mit höheren Kosten verbunden sind. In solchen Fällen gewinnt Effizienz zusätzlich an Bedeutung. Eine praktische Kennzahl hierfür ist die Energiemenge in Megawattstunden (MWh), die erforderlich ist, um einen Umsatz von einer Million Schweizer Franken zu erzielen. Die Unternehmen im Deep Research Fund verbrauchen im Durchschnitt 92.4 MWh pro einer Million Franken Umsatz.

Innerhalb des Portfolios bestehen jedoch erhebliche Unterschiede. Die Bierbrauerei AB InBev ist beispielsweise ein energieintensiver Betrieb: Das Mälzen, Brauen, Verpacken, die Kühlung und der gekühlte Transport führen zu einer Energieintensität von 330.8 MWh pro einer Million Schweizer Franken Umsatz. Am anderen Ende des Spektrums steht ITV mit einem kapitalleichten, dienstleistungsbasierten Geschäftsmodell. Das Unternehmen weist eine Energieintensität von lediglich 4.4 MWh pro einer Million Franken Umsatz auf – ein anschauliches Beispiel dafür, wie stark das Geschäftsmodell diese Kennzahl beeinflussen kann.

Eine Momentaufnahme allein kann deshalb die tatsächlichen Anstrengungen eines Unternehmens zur Verringerung des Energieverbrauchs nicht abbilden. Wir betrachten daher die Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr, um ein klareres Bild der erreichten Effizienzgewinne zu erhalten. ITV senkte seine Energieintensität gegenüber dem Vorjahr um 14.5%. Das

Unternehmen stellte auf emissionsärmere Fahrzeuge um, konsolidierte Büroflächen in London und renovierte mehrere Studios, um den Heizgasverbrauch zu reduzieren. Im Deep Research Fund haben die Unternehmen, die seit mindestens zwei Jahren im Portfolio sind, ihre Energieintensität im Jahresvergleich durchschnittlich um 0.7% verringert. Das ist zwar eine bescheidene, aber positive Entwicklung, die eine Bewegung in die richtige Richtung erkennen lässt.

Angesichts dieser positiven Entwicklung besteht in diesem Bereich nur begrenzter Handlungsbedarf. Wirtschaftliche und ökologische Anreize sind bereits weitgehend aufeinander abgestimmt und schaffen so einen natürlichen Impuls zur weiteren Effizienzsteigerung. Dadurch können wir den Fokus nun auf Elektrifizierung und den Energiemix richten.

## Elektrifizierung und Energieumstieg

Der zweite grosse Schritt zur Verringerung der Emissionen ist die Elektrifizierung – also der Ersatz fossiler Energieträger durch Strom. In unserem Portfolio stammt bereits 70.1% des gesamten Energieverbrauchs aus Elektrizität, was im internationalen Vergleich ein hoher Wert ist. Da sich ein geeigneter Benchmark für den Elektrifizierungsgrad nur schwer finden lässt, analysieren wir die Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr. Der Anteil des Stroms am Gesamtenergieverbrauch der Portfoliounternehmen stieg dabei um 0.2%. Das Potenzial bleibt dennoch gross: Von einfachen Massnahmen wie der Elektrifizierung von Fahrzeugflotten oder der Umrüstung der Büroheizungen auf Elektrowärmepumpen bis hin zu branchenspezifischen Initiativen, etwa dem Betrieb von Telekomantennen mit Netzstrom statt Dieselgeneratoren.



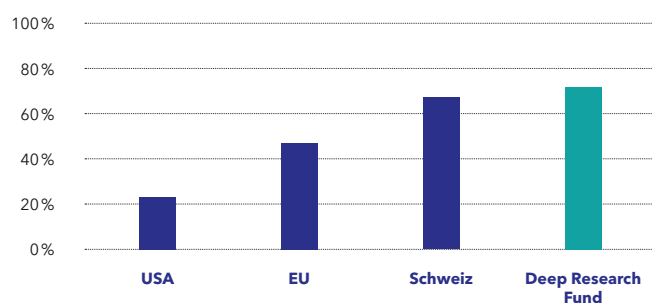
Unsere Aufgabe besteht darin, die Elektrifizierungsbemühungen der Unternehmen in unserem Portfolio systematisch zu verfolgen. Dabei bleiben wir offen, welche konkreten Massnahmen die einzelnen Unternehmen ergreifen, erwarten jedoch einen klaren Handlungsplan und einen nachvollziehbaren Umsetzungsplan – eine Erwartung, auf die wir an anderer Stelle in diesem Bericht noch ausführlicher eingehen.

### Strommix: Strom ist nicht gleich Strom

Der dritte Schritt zur Verringerung der Emissionen besteht in der Verbesserung der Stromqualität – insbesondere durch den verstärkten Einsatz erneuerbarer Energien. Erneuerbare Energiequellen wie Wind, Sonne und Wasser verursachen keine oder nur sehr geringe direkte Treibhausgasemissionen.

Der Anteil erneuerbarer Energiequellen am Stromnetz beträgt in den USA 23% (EIA), während Europa mit 47% (Eurostat) bereits deutlich weiter ist. Dank des hohen Wasserkraftanteils liegt die Schweiz mit 67% (BFE) sogar noch höher. Ohne gezielte Massnahmen entspricht der Strommix eines Unternehmens in der Regel demjenigen des lokalen Netzes. Da viele unserer Portfoliounternehmen in Europa oder den USA tätig sind, dienen diese Netzdurchschnitte als relevanter Vergleichsmaßstab.

Prozent Erneuerbare Elektrizität



Viele unserer Portfoliounternehmen sind jedoch weit über diese Durchschnittswerte hinausgegangen. Der Anteil erneuerbarer Energien im Deep Research Fund liegt bei bemerkenswerten 71.9%. Neun Unternehmen haben sich verpflichtet, ihren Strombedarf vollständig aus erneuerbaren Quellen zu decken, fünf davon haben dieses Ziel bereits erreicht. Dieses Ergebnis zeigt ein starkes Engagement innerhalb des Portfolios, den Anteil erneuerbarer Energien über die strukturellen Grenzen der jeweiligen Stromnetze hinaus weiter zu erhöhen.

Um den Anteil erneuerbarer Energien über das Netzniveau hinaus zu erhöhen – oder sogar vollständig auf 100% erneuerbare Quellen umzusteuern – können Unternehmen ihren eigenen Strom vor Ort erzeugen, über Power Purchase Agreements (PPA) direkte Lieferverträge mit Wind-, Solar- oder Wasserkraftprojekten abschliessen oder für jede verbrauchte Megawattstunde Zertifikate (RECs) bzw. Herkunftsnachweise (HKN) erwerben.

Grundsätzlich anerkennen wir alle glaubwürdigen Bemühungen, wollen jedoch konkrete Zielsetzungen und klare Pläne zu deren Umsetzung sehen. Dazu zählen sowohl klassische Beschaffungsstrategien als auch innovativere Ansätze wie etwa Partnerschaften mit politischen Entscheidungsträgern zum Ausbau erneuerbarer Kapazitäten in ihren Regionen oder die Verlagerung energieintensiver Prozesse auf Zeiten, in denen der Anteil erneuerbarer Stromerzeugung besonders hoch ist (z. B. Mittagsstunden mit hoher Solarproduktion).

## Der Weg zu Netto-Null

Nachdem wir die verschiedenen Strategien der Unternehmen betrachtet haben – die Steigerung der Energieeffizienz, die Elektrifizierung und den Umstieg auf sauberere Stromquellen – wenden wir uns nun der zentralen Kennzahl zur Messung des Fortschritts bei der CO<sub>2</sub>-Reduktion zu: den Tonnen CO<sub>2</sub>e pro einer Million Schweizer Franken Umsatz. Das übergeordnete Ziel besteht darin, diesen Wert auf null zu senken. Viele Unternehmen formulieren ihre Ambitionen in Form eines Zieljahres für die Netto-Null-Emissionen, einige ergänzen diese durch Zwischenziele. Wie die nachfolgende Grafik zeigt, haben sich alle bis auf sechs Unternehmen in unserem Portfolio ein Netto-Null-Zieljahr gesetzt – also das Jahr, bis zu dem sie ihre gesamten CO<sub>2</sub>-Emissionen vollständig eliminieren oder kompensieren wollen.

Drei Unternehmen streben Netto-Null innerhalb der nächsten fünf Jahre an, während die übrigen ihre Ziele weiter in die Zukunft setzen. Das ist zum Teil nachvollziehbar, denn die Geschwindigkeit der Dekarbonisierung hängt stark von der Branche, der Infrastruktur und den verfügbaren Technologien ab.

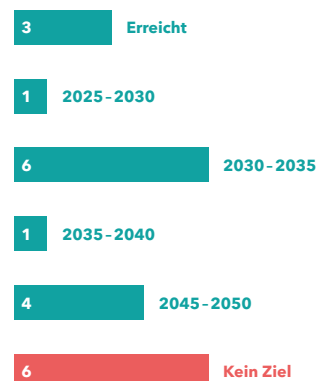
Langfristige Netto-Null-Ziele sind mit Vorsicht zu betrachten. Ein Ziel, das 15 oder 20 Jahre in der Zukunft liegt, reicht häufig weit über die Amtszeit der aktuellen Unternehmensführung hinaus. In unserem Portfolio beträgt der durchschnittliche Zeithorizont für Netto-Null-Verpflichtungen etwas mehr als 15 Jahre, während die durchschnittliche Amtszeit von CEOs weltweit bei rund sieben Jahren liegt. Diese Diskrepanz wirft eine einfache, aber zentrale Frage auf: Wer übernimmt Verantwortung für die Einhaltung dieser Zusagen? Langfristige Ziele mögen ehrgeizig klingen, doch ohne konkrete kurzfristige Massnahmen und transparente Etappenziele bleiben sie in der Praxis von begrenztem Nutzen.

Ein Meilenstein innerhalb der durchschnittlichen CEO-Amtszeit ist ein Reduktionsziel bis 2030. Vierzehn unserer einundzwanzig Unternehmen haben sich dieses Jahr als Zwischenziel gesetzt und streben eine durchschnittliche Verringerung der CO<sub>2</sub>-Emissionen um 54% im Vergleich zum Basisjahr 2019 (prä-Covid) an. Eines dieser Unternehmen, die WPP, geht noch weiter und strebt bereits bis 2030 Netto-Null an.

Es überrascht nicht, dass uns die ambitionierteren Unternehmen selten Sorgen bereiten. Die CO<sub>2</sub>-Intensität von WPP liegt bereits unter 1 Tonne Emissionen pro 1 Mio. CHF Umsatz. Vielmehr wollen wir exemplarisch aufzeigen, was wir von einem energieintensiven Unternehmen erwarten, mit welchen Herausforderungen wir dabei konfrontiert sind und wie wir diesen begegnen.

**Netto-Null Ziel**  
Anzahl Unternehmen

### Netto-Null Ziel

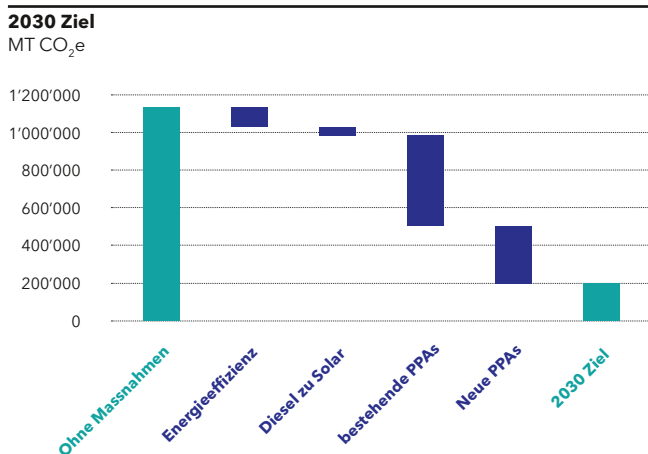






## Die Roadmap von Telenor: Klare Ziele, greifbare Ergebnisse

Das norwegische Telekommunikationsunternehmen Telenor weist eine CO<sub>2</sub>-Intensität von 48.2 Tonnen CO<sub>2</sub>e pro einer Million Schweizer Franken Umsatz auf – deutlich mehr als der Durchschnitt des Deep Research Fund von 18.4 Tonnen. Damit rückt das Unternehmen klar in den Fokus unseres Engagements. Normalerweise würden wir mit dem Netto-Null-Ziel eines Unternehmens beginnen, doch Telenor hat bislang kein solches Ziel festgelegt. Es ist jedoch zu beachten, dass das Unternehmen bis 2030 eine Verringerung seiner CO<sub>2</sub>-Emissionen um 64 % anstrebt. Der erste Schritt bei der Beurteilung eines solchen Ziels besteht darin, zu prüfen, ob ein konkreter Plan vorliegt, der auf den drei bereits hervorgehobenen Säulen beruht: Effizienzsteigerung, Elektrifizierung und Umstellung des Strommixes.

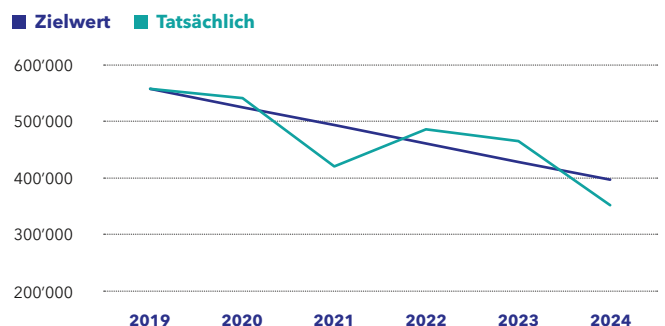


Der erste Pfeiler des Telenor-Plans konzentriert sich auf die Steigerung der Energieeffizienz. Dazu zählen die Reduktion der Reiseaktivitäten, die Umstellung auf 5G und der schrittweise Ausstieg aus dem energieintensiveren 3G-Netz sowie der Ersatz von Kupferkabeln durch Glasfaserleitungen, die rund zwölfmal leistungsfähiger sind. Diese Massnahmen machen etwas mehr als 10% der angestrebten Emissionsreduktion aus.

Die zweite Säule betrifft die Elektrifizierung. In ländlichen Gebieten ohne Netzanbindung werden einige Mobilfunkantennen derzeit noch von Dieseldieseln betrieben. Durch den Ersatz von Diesel durch Solarenergie sollen die Emissionen um weitere 5% verringert werden.

Die dritte Säule fokussiert auf den Strommix. Telenor hat mehrere Stromabnahmeverträge (Power Purchase Agreements, PPA) abgeschlossen – langfristige Vereinbarungen, die den Ausbau neuer Infrastruktur für erneuerbare Energien unterstützen. Seit 2024 bezieht das Unternehmen Strom für seinen Betrieb in Norwegen aus einem schwedischen Windpark. Ein zweiter PPA mit einem finnischen Windpark trat Anfang 2025 in Kraft, ein dritter – ein zehnjähriger Vertrag mit einer dänischen Solaranlage – soll ab Frühjahr 2026 Strom liefern.

**Treibhausgasemissionen (Scope 1 + 2)**  
MT CO<sub>2</sub>e



Diese klar formulierte Strategie verleiht dem CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel von Telenor hohe Glaubwürdigkeit. Die vorhergehende Grafik zeigt, wie das Unternehmen seine Ambitionen bisher umgesetzt hat – insbesondere im vergangenen Jahr, als der schwedische PPA in Kraft trat und Telenor die Abschaltung seiner 3G-Netze in Dänemark und Finnland abschloss. Zusammen führten diese Massnahmen zu einer Verringerung der Scope-1- und Scope-2-Emissionen um 24.5% innerhalb eines einzigen Jahres.

### **Engagement wo Klimaschutzpläne zu kurz greifen**

Engagement kann viele Formen annehmen: Den direkten Dialog mit dem Management, die Beteiligung an der Nachhaltigkeitsberichterstattung oder die Ausübung unserer Stimmrechte an Generalversammlungen, um zentrale Vorschläge zu unterstützen oder kritisch zu hinterfragen. Unsere Aufgabe ist es nicht, Mikromanagement zu betreiben, sondern konsequent und glaubwürdig zu signalisieren, dass langfristige Nachhaltigkeit von Bedeutung ist und dass sie unsere Kapitalallokation beeinflusst.

Im Folgenden betrachten wir drei Beispiele von Unternehmen, deren Klimastrategien weniger ambitioniert sind, die keine konkreten Massnahmen offenlegen oder nur unzureichend über ihre Fortschritte berichten – was eine fundierte Beurteilung deutlich erschwert.

#### **- Transparenz Verbessern**

Einige Unternehmen zeigen bislang nur begrenzte Nachhaltigkeitsambitionen. 2021 begannen wir mit der Analyse der Brady Corporation, eines US-amerikanischen Herstellers von Etikettendruckern. Zu diesem Zeitpunkt machte das Unternehmen keinerlei Angaben zu Emissionen, Abfall oder anderen Nachhaltigkeitsthemen. Auf unsere Anfrage hin

antwortete das Unternehmen: «Das ist eindeutig ein wichtiges Thema, und wir machen viel, zeigen es aber nicht.» Aufgrund dieser vagen Aussage und mangelnden Transparenz konnten wir Brady zunächst nicht weiter in Betracht ziehen. Nachdem wir unsere Entscheidung der Firma erläutert hatten, versprach das Investor-Relations-Team, das Thema intern zu thematisieren. 2022 veröffentlichte Brady schliesslich seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht – ein klarer Fortschritt, der es uns ermöglichte, das Unternehmen erneut zu bewerten.

#### **- Klimaziele verschärfen**

Im Gegensatz zu Brady, das damals keinerlei Transparenz zeigte, bewegt sich MSC Industrial bereits in die richtige Richtung. 2021 gründete das Unternehmen ein ESG-Council, dem unter anderem CFO Neal Dongre angehört. 2023 veröffentlichte MSC seinen ersten ESG-Bericht. Diese Massnahmen verbesserten die Transparenz, doch es fehlte weiterhin an Ambition: Im Bereich Klimawandel lautete das Ziel lediglich «mehr Berichterstattung», im Bereich Abfallreduktion «Metriken definieren». Das sind erste Schritte, aber noch keine Strategie. Wir äussern daher sowohl Unterstützung als auch Besorgnis, fordern MSC auf, messbare Ziele zu formulieren, und bleiben im Dialog mit dem Unternehmen in Erwartung eines stärkeren Engagements.

#### **- Vergütung an Verantwortung koppeln**

Nachhaltigkeit ist häufig mit zusätzlichen Kosten verbunden. Saubere Energie kann teurer sein, und eine ordnungsgemässe Abfallbehandlung verursacht Mehraufwand, ohne den Gewinn unmittelbar zu erhöhen. In vielen börsenkotierten Unternehmen sind die Anreizstrukturen des Managements jedoch nach wie vor fast ausschliesslich auf Umsatzwachstum und Gewinnmaximierung ausgerichtet. Das ist besonders problematisch: Wie können wir darauf vertrauen, dass Umweltkosten nicht als

überflüssige Belastung betrachtet werden, wenn die Vergütung ausschliesslich an finanzielle Kennzahlen geknüpft ist?

Deshalb ermutigen wir Verwaltungsräte und deren Vergütungsausschüsse nachdrücklich, öffentlich kommunizierte Umweltziele in die Managementvergütung zu integrieren. Das dänische Schmuckunternehmen Pandora bietet hierfür ein positives Beispiel: Die Aktionärinnen und Aktionäre stimmten an der Generalversammlung 2023 einem Antrag zu, die bisherige Anreizmetrik der Gesamtrendite durch Nachhaltigkeitsziele zu ersetzen – 100 % Gold und Silber aus recycelten Quellen und 100 % erneuerbarer Strom.

Wir haben diesen Antrag unterstützt und dafür gestimmt. Dieses Jahr erreichte Pandora das Ziel von 100 % erneuerbarem Strom bereits und hat dazu eine Elektrifizierungsquote von 89.8% – ein Fortschritt, der die Glaubwürdigkeit ihrer Massnahmen deutlich unterstreicht. Nachdem die Anreize an die Unternehmensziele angepasst wurden, folgten die Ergebnisse rasch.

Wie das Beispiel Telenor zeigt, sind klare Strategien und messbare Fortschritte entscheidend für die Glaubwürdigkeit. Noch wirkungsvoller wird der Wandel jedoch, wenn die Anreizsysteme der Führungskräfte auf diese Ziele abgestimmt sind, denn sie beschleunigen die Umsetzung und verankern Nachhaltigkeit fest auf der Managementagenda. Aus diesem Grund beobachten wir die Vergütungsstrukturen der Kadermitarbeitenden genau, um sicherzustellen, dass sie nicht ausschliesslich finanzielle Ziele fördern. Wo dies nicht der Fall ist, suchen wir aktiv das Gespräch, äussern unsere Bedenken und streben einen konstruktiven Dialog an.

## Fazit

Portfolioübergreifend zeigt sich ein breites Spektrum klimabezogener Ambitionen. Einige Unternehmen ergreifen gezielte Massnahmen und setzen klare Ziele, investieren in Veränderungen und berichten transparent. Andere bleiben hinter den Erwartungen zurück. Ihnen fehlt es an Transparenz über ihre Emissionen, sie formulieren vage oder weit entfernte Ziele oder setzen diese bislang nicht konsequent um. Wir können nicht kontrollieren, was Unternehmen tun, aber wir sind weit davon entfernt, passiv zuzusehen. Als Eigentümer tragen wir Verantwortung: Wir stellen Fragen, plädieren für mehr Offenlegung und formulieren unsere Erwartungen klar.

Danke, dass Sie unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht gelesen haben. Wir hoffen, dass dieser Bericht ein klareres Bild davon vermittelt, wie der Deep Research Fund Ihr Kapital einsetzt. Letztlich ist das Ziel nicht Perfektion, sondern Fortschritt. Unsere Aufgabe besteht darin, sicherzustellen, dass dieser Fortschritt mit der notwendigen Dringlichkeit und Verantwortlichkeit erfolgt.

«Die CO<sub>2</sub>-Reduktion ist nur ein Aspekt von Nachhaltigkeit. In zukünftigen Publikationen möchten wir auch andere Dimensionen der Nachhaltigkeit beleuchten. Wir würden uns sehr über Ihr Feedback freuen und möchten gerne erfahren, was Ihnen besonders am Herzen liegt.»

— Deep Research Fund Team



### Feedback & Fragen

Wenn Sie Fragen haben, zögern Sie bitte nicht, uns zu kontaktieren.

**Remo di Giorgio**  
Kundenservice

+41 (0)41 725 23 05  
[remo.digiorgio@anrepa.ch](mailto:remo.digiorgio@anrepa.ch)





## **ANREPA Asset Management AG**

Neuhofstrasse 12  
6340 Baar (Zug)

Erstveröffentlichung: Oktober 2025

Disclaimer: Die in diesem Dokument zum Ausdruck gebrachten Meinungen und Einschätzungen geben unsere Ansichten zum Zeitpunkt der Publikation wieder und stellen keine anlagebezogene, rechtliche, steuerliche oder betriebswirtschaftliche Empfehlung allgemeiner oder spezifischer Natur dar. Die zukünftige Performance eines Anlagevermögens lässt sich nicht aus der vergangenen Kursentwicklung ableiten. Sie sollten sich deshalb stets professionell beraten lassen, bevor Sie eine Anlageentscheidung treffen.

Copyright © 2025 ANREPA Asset Management AG. Alle Rechte vorbehalten.