

Was verstehen Sie eigentlich unter Nachhaltigkeit?

Eine Kommunikationshilfe für mehr Nachhaltigkeit in der Geldanlage

Die neueste Studie von Union Investment belegt, dass 73% der deutschen Anleger grundsätzlich offen für das Thema „nachhaltige Geldanlagen“ sind. Diesem hohen Interesse der deutschen Investoren steht allerdings ein dramatisch schlechtes Beratungsangebot gegenüber. Dies ergibt sich aus einer Befragung des Bundesumweltministeriums, wonach gerade einmal 14% der Kunden sich von ihren Banken und Anlageberatern in Bezug auf ökologische Investments umfassend beraten fühlten. Im Ergebnis sitzen die Deutschen in Sachen nachhaltigen Investments noch auf der europäischen Hinterbank. Während in Europa bereits rd. 18% aller Anlagen unter nachhaltigen Aspekten erfolgen, sind es gem. der letzten Eurosif Studie aus 2008 in Deutschland noch weniger als 1%. Viel Aufholpotenzial also hierzulande für die Berater, die sich offensiv der Thematik stellen und ihren Kunden unaufgefordert eine Beratung zum Thema nachhaltigen Geldanlagen anbieten.

Doch was bedeutet diese Beratung zu nachhaltigen Geldanlagen eigentlich in der Praxis? Hat Sie ein Kunde schon einmal gefragt, was der Begriff Nachhaltigkeit in der Geldanlage eigentlich konkret zu bedeuten hat? Oder haben Sie diese Frage schon mal einem entsprechenden Produktexperten gestellt? Falls ja, dann sei die These gestellt, dass die Antwort nicht wirklich befriedigend war. Wie sonst erklärt es sich, dass die Fachpresse abwechselnd das Thema Nachhaltigkeit in der Geldanlage bejubelt und dann wieder einzelne Produkte aus diesem Segment in der Luft zerreißt?

Mit der Nachhaltigkeit ist es wie mit der Gerechtigkeit: Jeder will sie, doch keiner kann sie allgemeingültig definieren. Da haben uns bei der Gerechtigkeit auch tausende von Gesetzen und Jahrhunderte der Rechtsprechung noch nicht helfen können. An die Debatten über die Gerechtigkeit unserer Gesetzgebung haben wir uns ja leidlich gewöhnt, ohne zugleich das gesamte Rechtssystem in Frage zu stellen. Doch die Diskussion über die „Nachhaltigkeit“ einer Anlagestrategie schüttelt jedes Mal an der Glaubwürdigkeit der gesamten Branche und spielt den Skeptikern in die Hände, die sich gern weiter auf Rendite konzentrieren wollen und nicht bereit sind, etwas dazu zu lernen.

Die nachhaltigen Produkthanbieter sind daher gut beraten, nicht mehr länger nur die gute alte „Definition“ der Brundlandkommission zu bemühen, wonach Nachhaltigkeit bedeutet, „heutige Bedürfnisse zu decken, ohne für künftige Generationen die Möglichkeit zu schmälern, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen“. Jeder Kunde, jeder Berater und jeder Redakteur wird mit diesem abstrakten Bild dazu eingeladen, seine eigenen Vorstellungen zu entwickeln, wie man diese Vision am besten verwirklicht. Besser ist es also, den Ball flach zu halten und möglichst konkrete Ziele für Nachhaltigkeitsfonds zu formulieren. Sobald der gesellschaftliche Nutzen eines Produktes für Kunden und Berater einfach und glaubwürdig erklärt wird, schließt sich auch die Lücke zwischen dem Kundeninteresse und den tatsächlichen Marktanteilen bei den nachhaltigen Geldanlagen.

Konkrete Ziele der Nachhaltigkeit formulieren

Wirft man einen Blick auf die vorhandenen Produktlösungen, fällt es nicht schwer zu erkennen, dass die Nachhaltigkeit im Wesentlichen über drei verschiedene Ziele angestrebt wird. Vorneweg steht natürlich das Ziel des Umweltschutzes, welches ja spätestens seit der Debatte um die globale Erderwärmung in aller Munde ist. Nicht wenige Produkte schmücken sich daher mit Begriffszusätzen wie „Öko“ oder „Ecology“ und suggerieren damit, dass hier nur in Unternehmen investiert wird, die einen maßgeblichen Beitrag zum Umweltschutz leisten. Weniger populär und doch genauso wichtig ist das Ziel des sozialen Friedens, konkret z.B. der Armutsbekämpfung. Dass die globale Vermögensschere sich immer weiter öffnet, ist durch seriöse Studien belegt und die gesellschaftlichen Konsequenzen werden uns möglicherweise viel schneller erreichen, als die Folgen der Erderwärmung. Vermutlich hat aber allein die

politische Assoziation hinter dem Begriff „Sozial“ dazu beigetragen, dass sich bisher nur wenige Produkte explizit zu diesem Ziel bekennen. Doch auch im sozialen Bereich ist es nicht einfach, mit einer Geldanlage eine unmittelbare Wirkung zu entfalten. Das dritte Ziel nachhaltiger Geldanlagen löst dieses Dilemma und erweitert das Anlagespektrum des Fondsmanagers deutlich: Die Förderung gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen bedeutet eben, dass man auch kleine Schritte in die richtige Richtung durch ein Investment belohnen kann. Somit kann jedes Unternehmen weltweit die Chance erhalten, in einem Nachhaltigkeitsfonds aufzutauchen, sofern es sich z.B. in einem entsprechenden Rating als gesellschaftlich verantwortlich bewährt. Zu solchen Bewertungsfaktoren gehört dann nicht nur das ökologische oder soziale Verhalten des Unternehmens, sondern auch die Einhaltung von gesetzlichen Regelungen oder die Vermeidung von Korruption. Hier die drei möglichen Zielsetzungen noch einmal auf einen Blick:

1. UMWELTSCHUTZ:	Schutz von Natur und Umwelt und nachhaltige Nutzung der Naturgüter.
2. SOZIALER FRIEDEN:	Förderung von Frieden, Schutz der Menschenwürde und lokaler Kulturen.
3. VERANTWORTLICHE FÜHRUNG:	Kooperative, faire und transparente Führung von Unternehmen und öffentlichen Organen.

Für die Produkthanbieter besteht die Möglichkeit, sich eindeutig zu einem oder mehreren dieser Ziele zu positionieren, doch dann sollten die angewendeten Auswahlkriterien, also der Methodenkasten auch eindeutig auf diese Zielsetzung abgestimmt sein.

Der Werkzeugkasten der Methoden

Wirft man einen Blick auf die vorhandenen Produktlösungen, lassen sich wiederum drei Methoden identifizieren:

1. FÖRDERN:	Hierunter versteht man die unmittelbare Unterstützung des jeweiligen Nachhaltigkeitsziel durch Bereitstellung von Kapital durch positive Anlagekriterien, z.B. die Investition in ein Windkraftwerk zur Förderung des Umweltschutzes.
2. VERMEIDEN:	Hier werden bestimmte Branchen, Produkte oder Verhaltensweisen als negative Investitionskriterien ausgeschlossen, z.B. Rüstungsunternehmen oder Unternehmen oder Länder, denen Menschenrechtsverletzungen nachgewiesen wurden.
3. BEEINFLUSSEN:	Diese Methode reduziert nicht die Anlagemöglichkeiten, sondern nutzt die Chance, durch gesellschaftliches Engagement, z.B. in Form von Spenden oder Stimmrechtsbündelung einen Beitrag zum gewünschten Ziel zu leisten.

Die unterschiedlichen Methoden korrespondieren unter Umständen auch mit unterschiedlichen Präferenzen der Kunden: Will man durch Bereitstellung des Kapitals konkret ein Ziel fördern, z.B. durch Investition in eine Solaranlage?

Oder möchte man ein breiteres Anlagespektrum erreichen, indem man nur diejenigen Investitionsziele vermeidet, die dem eigentlichen Ziel entgegenstehen. So wäre ein Rüstungsunternehmen sicherlich in einem Fonds auszuschliessen, der sich für mehr sozialen Frieden einsetzt. Doch es wäre auch möglich, dass gesamte konventionelle Anlageuniversum inklusive aller Dreckschleudern und Waffenfabriken zu nutzen und trotzdem ein gutes Ziel zu verfolgen: Mit der Methode des „Beeinflussens“ könnten z.B. die Stimmrechte von negativ auffälligen Unternehmen systematisch gebündelt und ausgenutzt werden, um unmittelbar auf das Management einzuwirken. Ein Fonds, der seine Ziele und Methoden transparent erläutert, kann sich auch nicht dem Verdacht des „Greenwashings“ aussetzen.

Nachhaltigkeit auf einen Blick

Mit einer logischen Zuordnung von Methoden und Zielen ist es möglich, jedem Fonds sein eigenes Profil zu verleihen. Am Beispiel des GOOD GROWTH FUND sieht man, wie nun Methoden und Zielsetzung zu einem logischen Gesamtkonzept verbunden werden können:

GOOD GROWTH FUND			
Schlüsselbegriff	Fördern	Vermeiden	Beeinflussen
Umweltschutz			
Sozialer Frieden	Mikrofinanz		Finanzielle Förderung von sozialen Projekten aus Fondsgebühren, gesellschaftliches Engagement, Dokumentation über Nachhaltigkeitsbericht, Externer Beirat
	Bildung		
		Verstöße gegen ILO Konventionen, ausbeuterische Kinderarbeit	
		Rüstungsgüter, Verstöße gegen Menschenrechte	
	Gesundheit		
Verantwortliche Führung		Verstöße gegen internationale Corporate Governance Konventionen	Direkter Dialog mit Entscheidungsträgern, Dokumentation über Nachhaltigkeitsbericht, Externer Beirat

Die Voraussetzung für eine einheitliche Nutzung dieser Stylebox der Nachhaltigkeit ist ein standardisierter Sprachgebrauch für die einzelnen Kriterien und Maßnahmen. Auf dieser Basis können dann auch Laien schnell erkennen, welche Nachhaltigkeitseffekte von dem einzelnen Produkt zu erwarten sind. So richtet der GOOD GROWTH FUND

primär seine Methodik auf soziale Ziele, wie z.B. Armutsbekämpfung aus. Ökologische Zielsetzungen hingegen werden in diesem Fonds nicht verfolgt.

Noch sind die Berater und Produktverantwortlichen in den Vertrieben auf sich gestellt, wenn es um die Analyse der bestehenden Produkte geht und es bleibt jedem überlassen, wie er die vorhandenen Informationen in eine plausible Logik überführt. Doch die ersten Schritte zu einer Standardisierung der verschiedenen Begriffswelten und Methoden ist bereits getan und unter der Koordination des Forums nachhaltige Geldanlage zeichnet sich eine vielversprechende Initiative für einen einheitlichen Sprachgebrauch in der Branche und eine einfache Darstellungslogik der Nachhaltigkeit in der Geldanlage ab.

Andreas W. Korth

Andreas W. Korth, Leiter des GOOD GROWTH Institut für globale Vermögensentwicklung mbH

Zur Person: Andreas W. Korth leitet das GOOD GROWTH Institut für globale Vermögensentwicklung mbH und berät u.a. den BN&P GOOD GROWTH FUND bei der Auswahl von sozialen Investments. Der BN&P GOOD GROWTH FUND ist ein ethischer Mischfonds mit einem starken Schwerpunkt im Bereich Mikrofinanz. Als Vermögensverwalter und Finanzplaner in dem Netzwerk der Vermögensverwaltung BN&Partner berät Andreas W. Korth auch eigene Kunden im privaten und institutionellen Bereich.

Über das GOOD GROWTH Institut

Das GOOD GROWTH Institut für globale Vermögensentwicklung mbH wurde in 2008 gegründet, um die Idee des Social Business mit den Prinzipien nachhaltiger Geldanlagen zu verbinden. Sozialer Frieden ist für die nachhaltige Balance unseres Globus genauso wichtig wie das Anstreben eines ökologischen Gleichgewichtes. Das Institut leistet einen zweifachen Beitrag zu diesem wichtigen Nachhaltigkeitsziel:

1. Marktresearch und Publikationen: Das Institut bewertet und fördert die derzeit am Markt vorhandenen Ansätze von sozialem Unternehmertum aus der Sicht von Geldanlegern, die neben Risiko und Rendite auch nachhaltige Anlageziele befürworten. Ein wesentlicher Schwerpunkt liegt derzeit vor allem in der Analyse des Sektors Mikrofinanz und in der Startförderung von Sozialunternehmern im Frühstadium im deutschsprachigen Raum. Eines der Hauptprojekte des Instituts in diesem Zusammenhang ist die Beratung für den BN&P GOOD GROWTH FUND gemeinsam mit dem international tätigen Researchunternehmen Sustainabilitytics. Daneben entwickelt das Institut in Zusammenarbeit mit dem Forum nachhaltige Geldanlage Systeme zur standardisierten Bewertung von nachhaltigen Geldanlagen.
2. Nachhaltigkeitsberatung: Das Institut unterstützt Berater und Vertriebe bei dem Aufbau eines Beratungsansatzes für nachhaltige Geldanlagen und bei Auswahlverfahren für Nachhaltigkeitsfonds.

Mehr Informationen zum GOOD GROWTH INSTITUT finden Sie unter www.gginstitut.de.

Kontakt:

GOOD GROWTH INSTITUT für
globale Vermögensentwicklung mbH
Im Auel 13

53773 Hennef

Tel.: 02242 - 911 486

Fax: 02242 - 911 487

Mobil: 0177 - 50 76 096

Mail: ak@gginstitut.de

www.gginstitut.de

www.goodgrowthfund.com