

Grüne Rendite

An den Finanzmärkten sind ökologische und soziale Kriterien auf dem Vormarsch. Die Investitionen in nachhaltige Anlageprodukte wachsen Jahr für Jahr rasant. Auch in Deutschland stecken bereits Milliarden in Öko-Investments.

VON HOLGER FRANCK

Rendite ist immer mehr Kapitallegern nicht mehr genug: Sie wollen mit ihrem Geld auch nachhaltige Verhaltensweisen von Unternehmen fördern. Diverse Studien bestätigen diesen Trend. Zuletzt hat eine Studie des European Social Investment Forums (Eurosif) das steigende Interesse bei institutionellen Investoren an nachhaltigen Geld-

ist die Beobachtung laut Oekom Research damit, dass Unternehmen mit einem guten Nachhaltigkeitsmanagement oft näher am Markt sind, einen engeren Bezug zu Kunden, Mitarbeitern und Lieferanten haben. Vor allem bei institutionellen Investoren breiten sich solche Erkenntnisse schnell aus. In der Zukunft werden die nachhaltig orientierten Unternehmen daher vermutlich auch deutliche Vorteile bei der



anlagen belegt. Rund 89 Prozent der europaweit mehr als 300 befragten Berater haben Eurosif zufolge angegeben, dass sie in den nächsten drei Jahren ein steigendes Kundeninteresse von Pensionsfonds an nachhaltigen Geldanlagen erwarten.

Auch viele Vermögende denken bereits nachhaltig. Bis zum Jahr 2012 wird nach Eurosif-Prognosen ein Anteil von zwölf Prozent der Reichen ihr Geld nachhaltig anlegen.

Immer mehr Möglichkeiten in das Thema Nachhaltigkeit zu investieren, haben auch private Geldanleger. Waren Ende 2005 erst 116 nachhaltige Publikumsfonds auf dem Markt, so hat sich das Angebot seitdem nach Zahlen des Sustainable Business Institutes (SBI) in Deutschland, Österreich und Schweiz bis Oktober 2009 auf 306 Produkte mehr als verdoppelt. Und auch beim Anlagevolumen zeigt sich ein Trend hin zu einem grünen Investment. Waren es im Jahr 2000 in Deutschland erst rund fünf Milliarden Euro, die nachhaltig angelegt wurden, so belief sich die Zahl 2009 im deutschsprachigen Raum bereits auf fast 30 Milliarden Euro.

Für nachhaltige Geldanlagen gibt es gute Argumente. Untersuchungen der Agentur Oekom Research haben gezeigt, dass langfristig ein positiver Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeitsperformance und Aktienkursentwicklung besteht. Das heißt: Nachhaltig orientierte Unternehmen schneiden an der Börse sogar besser ab. Zu begründen

Kapitalaufnahme haben. Und das wird Druck auf Unternehmensstrategien ausüben. Immer mehr Konzernchefs werden gerade aus diesem Grund ihr Unternehmen stärker auf einen nachhaltigen Kurs bringen.

Die Finanzkrise hat den Trend zum Öko-Banking noch verstärkt. Zu spüren bekommen das die Ökobanken in Form eines verstärkten Kundenzuspruchs. So konnte zum Beispiel die älteste deutsche Ökobank, die Bochumer GLS Bank, ihre Kundenzahl im vergangenen Jahr um 11.000 auf 73.000 erhöhen. Ähnlich sieht es bei der Nürnberger Umweltbank aus, die einen Anstieg der Kundenzahl um 10.000 auf 80.000 bekannt gab. Auch Einlagen- und Kreditsummen stiegen deutlich.

Bei der Umweltbank wuchs die Bilanzsumme um 29,3 Prozent auf 1,5 Milliarden Euro. Die Kundeneinlagen erhöhten sich um 40,1 Prozent auf 998 Millionen Euro. Mit diesen Geldern konnte die Umweltbank das Kreditvolumen deutlich steigern – um 17 Prozent auf 1,2 Milliarden Euro. Vor allem Solarprojekte, Wind- und Wasserkraftwerke wurden damit finanziert.

Die GLS Bank rechnet in diesem Jahr mit einer Fortsetzung des Trends. Nachdem die Bilanzsumme schon 2009 um 33 Prozent auf 1,35 Milliarden Euro angestiegen ist, wird für 2010 mit einem Plus von 38 Prozent gerechnet. Um die Expansion bewältigen zu können, wurden die Belegschaft um 51 neue Mitarbeiter auf 254 aufgestockt.

Nachhaltigkeit – ein Exkurs

Es war einmal ein Großgrundbesitzer, der seinen Untertanen die Vorgabe machte, nur so viele Bäume zu fällen, wie nachwachsen können. Der Überlieferung zufolge fand dies im 16. Jahrhundert statt, und ähnlich im 18. Jahrhundert, wobei hier erstmals in diesem Kontext das Wort „nachhaltend“ Erwähnung findet.

FRAUENFINANZGRUPPE
SUSANNE KAZEMIEH

seit 1989



„Nachhaltigkeit“ hat für uns mehrere Bedeutungen:

Wir verstehen unsere Beratung als nachhaltig und möchten mit unseren Kundinnen in Kontakt bleiben. Das heißt, wir kümmern uns dauerhaft um Ihre finanziellen Belange, richten uns auf Ihre Ziele und Wünsche ein und informieren Sie über relevante Neuerungen. Nachhaltig heißt für uns, dass Sie von uns erwarten können, dass wir jederzeit fair mit Ihnen, untereinander und gegenüber Dritten sind, genauso wie der sorgfältige Umgang mit unserer Umwelt einer jeden von uns am Herzen liegt.

VON NATHALIE AULBACH

1987 schrieb sich die UN hierzu auf die Fahnen: „Entwicklung zukunftsfähig zu machen, heißt, dass die gegenwärtige Generation ihre Bedürfnisse befriedigt, ohne die Fähigkeit der zukünftigen Generation zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen zu können.“

Gerne wird der Begriff „Nachhaltigkeit“ auch auf Vorstandsdiskussionen per Beamer an die Wand gemalt. Manchmal geht es dabei um Energieeffizienz der eigenen Produktion, manchmal aber auch um die Absegnung der nächsten Entlassungswelle



zugunsten eines nachhaltigen Erhalts des Unternehmens.

Nachhaltigkeit wird ganz individuell interpretiert – ungeachtet diverser „offizieller“ Definitionen.

Einen eigenen Umgang mit seiner Definition von Nachhaltigkeit zu finden, muss einem jeden gestattet sein.

Doch was macht uns nun glauben, dass ein Mensch oder ein Unternehmen nachhaltig handelt?

Reicht eine ISO-Zertifizierung? Die Erstellung und Veröffentlichung eines jährlichen Umweltberichts?

Und wie glaubwürdig ist es, wenn das gleiche Unternehmen dann unter dem Deckmäntelchen des Shareholder-Values, gigantische Stellenabschreibungen plant oder Konzerndependancen in Niedriglohnländer verlegt?

Geht es dann um Nachhaltigkeit oder um Profit?

Trauen wir uns also mal an eine Neudefinition:

Nachhaltigkeit sollte der Apell eines jeden Menschen an sich selbst sein, behutsam mit sich, seiner Umwelt und seinen Mitmenschen umzugehen.

Ein Fan von Fast-Food-Produkten wird kein „Öko“, wenn er seine zahlreichen Tetrapacks im gelben Sack entsorgt, sondern dann, wenn er sich selbst gut versorgt. Damit reduziert er automatisch die Menge seines persönlichen Mülls. Dieses Beispiel lässt sich unendlich fortführen.

Oder nehmen wir die Internetauftritte zahlloser Firmen. Es gibt inzwischen nahezu auf allen Seiten Links zum Umweltmanagement, zur diesbezüglichen Philosophie des Unternehmens. Die Seite leuchtet uns auf dem Bildschirm in strahlendem Weiß entgegen. Genauso wie jene Seiten, auf denen man sich zu alternativen Energielieferanten schlau machen kann. Was haben alle gemeinsam? Würden sie ihre Home-

pages mit einer dunklen Farbe hinterlegen, würde das sehr viel Energie einsparen. Einer Studie zufolge gar so viel, dass sich weltweit ganze Kraftwerke dafür ausschalten ließen.

Letztlich muss also Nachhaltigkeit die persönliche Verpflichtung eines jeden Menschen werden.

Dass man durch energieeffizientes Wirtschaften und einem fairen Umgang mit sich und seinen Mitmenschen langfristig erfolgreich sein kann, bezweifelt fast niemand. Schön wäre es, wenn dieses Wissen nicht durch kurzfristige Jahresziele und Legislaturperioden ad absurdum geführt würde.

Schön wäre es, wenn wir, die wir auch Anleger sind, solche Unternehmen, Aktionen und Fonds unterstützen, die unserer Rendite den Titel „nachhaltig erwirtschaftet“ verleihen.

Fühlt sich nicht nur gut an – entwickelt sich auch gut!

FRAUENFINANZGRUPPE
Susanne Kazemieh

Grindelallee 176
20144 Hamburg

Tel.: 040 - 41 42 66 67
Fax.: 040 - 41 42 66 68

info@frauenfinanzgruppe.de
www.frauenfinanzgruppe.de