

Betriebswirtschaftliche Blätter

11. Dezember 2017 - 08:30 | Nachhaltiger Vertrieb

Entschlossenes Handeln gefordert

Dr. Markus Scholand

Gütezeichen sollen die Auswahl von Anlageprodukten unterstützen und Kunden die Orientierung erleichtern. Das fällt jedoch immer schwerer, weil sich deren Zahl in den vergangenen Jahren drastisch erhöht hat. Berater und Anleger sollten deshalb wissen, welche Kriterien und Absichten sich hinter welchem Gütezeichen verbergen.

Eine Kurzzusammenfassung finden Sie [hier](#).



Der Finanzvertrieb verfügt bereits über viele nachhaltige Anlageprodukte, für deren Qualität Gütezeichen bürgen können.

(malp/fotolia)

In diesem Jahr jährt sich zum 30. Mal die Veröffentlichung des "Brundtland-Berichts" der UN-Weltkommission für Umwelt und Entwicklung. Bereits 1987 hat der Bericht soziale und ökologische Herausforderungen aufgezeigt, die wesentlich für eine gesellschaftliche Zukunftsfähigkeit waren und immer noch sind. Gleichzeitig gilt der Bericht als grundlegend für das Verständnis des Begriffs nachhaltiger Entwicklung. Sie soll eben diese Zukunftsfähigkeit gewährleisten. In den folgenden drei Jahrzehnten nach dem Brundtlandt-Bericht ist die Idee einer nachhaltigen Entwicklung zunehmend zu einem gesamtgesellschaftlichen Projekt geworden. Sie ist auch politischer Imperativ und unternehmerische Chance auf globaler Ebene. Dies zeigt das Beispiel der Ziele für eine nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDG). In 17 Bereichen sind die SDG anschaulich darauf gerichtet, ökonomische, soziale sowie ökologische Zukunftsfähigkeit zu erreichen und zu sichern. Als globale Rahmensetzung gelten sie im Zeitraum von 2015 bis 2030.

Die Umsetzung der SDG betrifft Finanzinstitute in vielfältiger Weise. Ihre 17 Bereiche lassen sich auf fünf Handlungsfelder reduzieren, die direkt oder indirekt auf die Geschäftstätigkeit von Banken und Versicherungen wirken. Anschaulich etwa im 13. Ziel der SDG, dem Klimaschutz. Ein Thema, das Bundeskanzlerin Angela Merkel

auf dem UN-Klimagipfel in Bonn noch vor wenigen Wochen als Schicksalsfrage für die Menschheit bezeichnet hat. Ökonomen konkretisieren dies. Sie sehen die Existenz ganzer Wirtschaftszweige bedroht, wenn es nicht gelingt, den CO₂-Ausstoß deutlich zu reduzieren und die Widerstandsfähigkeit des Kerngeschäfts betroffener Industrien - auch der Finanzwirtschaft - gegen Klimaänderungen zu stärken. Auf der Euro Finance Week in Frankfurt/Main haben Branchenexperten eine "Vier-Grad-Welt" als nicht versicherbar und wirtschaftlich destruktiv beschrieben. # Ein mehr als deutliches Signal zum Handeln auch für Finanzinstitute, bei denen unter anderem Risikomanagement und Anlagegeschäft die Auswirkungen des Klimawandels zu spüren bekommen.¹ Auch in der Finanzbranche wird ein intensiver Klimaschutz mit dem Ziel, eine "Zwei-Grad-Welt" zu erreichen, als Gebot der Stunde angesehen.

Kapitalanlage im Umbruch

Nachhaltige Entwicklung oder die SDG tangieren als Themen alle Finanzinstitute - vom regional ausgerichteten Institut bis zum internationalen Player. Die Anknüpfungspunkte sind vielfältig und reichen, wie teilweise schon an den Auswirkungen des Klimawandels erkennbar, von der Betriebsführung über regulatorische Aspekte, Compliance-Fragen bis hin zum Risiko-, Asset- und Personalmanagement. Besonders anschaulich lassen sich die Dynamik nachhaltiger Entwicklung sowie die Herausforderungen des Themas aber am Beispiel Anlagegeschäft darstellen.

Das "magische Dreieck" aus Rendite, Sicherheit und Liquidität gilt als basales Erklärungsmodell einer Geldanlage. Nachhaltige Kapitalanlage ergänzt es mit einem vierten Faktor zum "magischen Viereck". Dieser vierte Faktor steht für den jeweiligen Nachhaltigkeitsaspekt. Er kann unterschiedlich ausgestaltet sein. Da das Verständnis von Nachhaltigkeit zu einem großen Teil auf individuellen Wertvorstellungen beruht, sind eine nachhaltige Geldanlage und die mit ihr verknüpften Erwartungen von Anlegern wesentlich schwieriger zu beschreiben bzw. zu definieren als bei einem traditionellen Investment. Auch dies lässt sich am Beispiel des Klimaschutzes illustrieren - konkret am dafür notwendigen Ausstieg aus der Kohleverstromung. Während ein nachhaltiger Investor die Nutzung der Kernenergie als CO₂-arme Brückentechnologie noch akzeptiert, würde ein anderer Investor diese aus Risikogründen ausschließen. Ein dritter würde zwar an der Kohlekraft festhalten, aber zur Emissionsminderung Abscheidungs- und Speicherungsstechnologien einfordern. Im Ergebnis zeigen nachhaltige Investments eine große Zahl von Anlagestrategien und -kriterien mit großer Heterogenität. Ein Fakt, der es weder Produktanbietern noch Absatzmittlern erleichtert, das Thema nachhaltige Kapitalanlagen am Markt zu platzieren.

Unbenommen einer höheren Komplexität nachhaltiger Investments ist dies einer der Wachstumsmärkte der vergangenen Jahre. Mit einem Volumenwachstum von 29 Prozent im Jahr 2016 und einem Gesamtbestand nachhaltiger Geldanlagen von 419,5 Milliarden Euro allein in Deutschland, Österreich und der Schweiz schreibt die Statistik des Forums Nachhaltige Geldanlagen (FNG) einen nun schon über Jahre andauernden Trend fort.²

Alle Hauptanlagestrategien nachhaltiger Investments haben in den vergangenen Jahren zweistellige, teilweise sogar dreistellige Zuwachsraten erzielt. Auf europäischer Ebene wird - mit einem breiten Begriffs- und Produktverständnis - sogar von 23 Billionen Euro Anlagevolumen im Jahr 2015 gesprochen. Getrieben wird diese Marktentwicklung vor allem durch institutionelle Investoren und Mandate. Anlegergruppen, die bereits heute sowohl

¹ Vgl. auch mit einem speziellen Blick auf die Risikoperspektive Voit (2017), S. 4 ff.

² Vgl. FNG (2017), S. 15. Die tatsächlichen Anlagevolumina dürften höher liegen, da die Statistik nur Investments ausgewählter Anlageklassen bzw. Produktgruppen einbezieht.

Notwendigkeit als auch Chance von Anlagestrategien im Sinne der Zukunftsfähigkeit erkannt haben. Private Investoren halten etwa in Deutschland im Bereich nachhaltiger Anlagen nur noch einen Anteil von zehn Prozent.³

Der positive Markttrend wird sich in den kommenden Jahren fortsetzen. Frühere Vorbehalte, dass nachhaltige Investments mit Renditeverzicht verbunden sind, haben sich als grundlos erwiesen. Auch die Verfügbarkeit von Daten zu Nachhaltigkeitsthemen hat sich signifikant verbessert. Eine zweistellige Zahl von Ratingagenturen analysiert inzwischen nicht nur Aktien und Anleihen am Markt hinsichtlich ihrer Performance in den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance (ESG). 95 Prozent aller global gehandelten Aktien und 80 Prozent der Papiere in Emerging Markets besitzen bereits ein ESG-Rating. Viele Basisdaten sind darüber hinaus selbst für Privatanleger kostenfrei zugänglich. Schließlich stehen nachhaltige Produktvarianten in allen Anlageklassen zur Wahl. Dies reicht bis zu nachhaltigen Asset-Backed Securities (ABS), die Projektentwicklern den Marktzugang bei niedrigeren Kapitalkosten erleichtern.⁴ Nicht zuletzt wird auch der regulatorische Einfluss den positiven Markttrend künftig weiter stützen. So geht der Research- und Indexanbieter MSCI zusammenfassend davon aus, dass schon in den nächsten fünf Jahren 65 Prozent aller Investments weltweit (aus unterschiedlichen Gründen) durch nachhaltige Anlagestrategien beeinflusst werden.

³ Vgl. FNG (2017), S. 32. Ganz ähnlich andere Quellen zu Absatzhürden im Retailsegment sowie bereits Meffert/Kirchgeorg (1995), S. 97 f. zur Kaufzurückhaltung auf Grund von Informationsdefiziten privater Konsumenten.

⁴ Vgl. Heuer/Kutzbach (2017), S. 22 f.

Zögerlicher Retailmarkt

Während Nachhaltigkeit als Anlagethema im institutionellen Geschäft viele Wachstumserwartungen übertrifft, hinkt der Retailmarkt hinterher. Dies schon seit längerer Zeit und in Kenntnis der Institute, die damit Potenzial zur eigenen Marktpositionierung verschenken. Die Ursachen dafür sind vielfältig und bedingen sich zum Teil gegenseitig. Noch vor zehn Jahren konnte (teilweise und zu Recht) auf fehlende marktweite Produktangebote verwiesen werden. Heute stehen eher mangelnde Vertriebsstrategien oder Ressourcen, zu komplexe Produktwelten sowie zu geringe fachliche Kenntnisse im Vertrieb und bei Kunden im Fokus. Gleichzeitig unterlegt die Marktforschung jedoch, dass 20 bis 40 Prozent der Privatkunden eine grundsätzliche Affinität zu nachhaltigen Anlageprodukten besitzen und diese erwerben würden - wenn am Point of Sale (PoS) eine entsprechende Beratung stattfände. Eine Studie der Universität Kassel hat kürzlich das Vorhandensein entsprechender Anlagebereitschaft bestätigt.

Konzepte, um Kenntnisse bei Anlageberatern und Investoren zu verbessern, werden unter dem Schlagwort der "Financial Literacy" bereits länger diskutiert. Vergleichsweise neu sind demgegenüber Konzepte, um die Komplexität beim Produktangebot und den jeweiligen Nachhaltigkeitskriterien so zu reduzieren, dass nachhaltiges Investment auch ein Thema für den breiten Retailmarkt werden kann. Hier geht es vorrangig um die Vereinfachung der Informationsvielfalt nachhaltiger Produkte und die Kommunikation mit den Adressaten dieser Anlagen.

Unbestritten ist nämlich, dass die Ausgestaltung nachhaltiger Anlageprodukte und ihre Wertbezogenheit im Vergleich zu traditionellen Investments zu einer höheren Komplexität und Erklärungsbedürftigkeit führen. Eine Informationsvielfalt, die von Anlegern in der Beratungssituation innerhalb der zeitlich begrenzten aktiven Wahrnehmungsphase zur Produktwahl kaum erfasst werden kann. Vor allem Gütezeichen gelten dabei als ein probates Instrument zur Komplexitätsreduktion und als Qualitätsnachweis bei zentralen Zielgruppen. Die Zahl der Gütezeichen für nachhaltige Anlageprodukte ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen.

Gütezeichen für mehr Produktqualität

Immaterielle Leistungen durch Gütezeichen "greifbarer" zu machen, ist als Konzept in der Finanzwirtschaft nicht neu. Tradierte Bonitätsratings sind ein Beispiel. Ebenfalls schon länger bekannt ist, im Umweltkontext Gütezeichen zu verwenden - allerdings weniger bei Banken und Versicherungen. Nach Auskunft des Umweltbundesamts (UBA) gab es bereits 2007 mehr als 300 konsumentenorientierte Qualitäts- und Gütezeichen zu Umweltthemen. Bezieht man unternehmenseigene Kennzeichen und Marken ein, steigt diese Zahl auf über 1000. Einerseits unterstreicht das die Attraktivität von Gütezeichen sowohl als Qualitätsindikator als auch als absatzorientiertes Kommunikationsinstrument, andererseits verwirrt diese Masse von Zeichen die Zielgruppen aber zunehmend.⁵ Die als "Inflation" bezeichnete Zeichenvielfalt in der Lebensmittelbranche wird häufig als Negativbeispiel genannt, da sie dem ursprünglichen Ziel dieser Kennzeichnungssysteme, negative Allokationswirkungen fehlender Informationen zu reduzieren, entgegenläuft und eher zur Verwirrung der in ihrer Breite angesprochenen Zielgruppen beiträgt. Auch dem Begriff der Nachhaltigkeit ist dies nicht zuträglich, legt die Zeichenvielfalt doch in der Wahrnehmung eine gewisse Beliebigkeit nahe.

Gütezeichen ist nicht gleich Gütezeichen und "grün" ist nicht gleich "grün". Mit ein Grund dafür, warum auch Finanzinstitute lange gezögert haben, dieses Instrument stärker für die Kennzeichnung nachhaltiger Anlageprodukte einzusetzen. Und spätestens seit der Diskussion, was sich hinter dem Begriff "Ökostrom" verbirgt, ist bekannt, dass zu

⁵ Vgl. Dayankac (2016), S. 24 f.

viele, zu komplizierte oder unscharf definierte Gütezeichen die Marktentwicklung eher behindern als erleichtern.⁶ Für Gütezeichen gilt somit eine ähnliche Feststellung, die ganz allgemein und schon lange für Ratings bekannt ist: Es sind Werkzeuge, um spezifische Aufgaben zu erfüllen. Ihre Vergleichbarkeit ist begrenzt, und kein Gütezeichen kann den Anforderungen aller Anbieter oder Nachfrager gerecht werden. Dies gilt verstärkt im Zusammenhang mit einem durch Werte und individuelle Vorstellungen geprägten Thema, wie es Nachhaltigkeit ist.

Konzeptionelle Vielfalt



(BBL)

Aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht sind Gütezeichen - vereinfacht betrachtet - zunächst als eine textliche oder grafische Möglichkeit der Warenkennzeichnung zu verstehen. Sie sollen Produkteigenschaften oder eine definierte Qualität signalisieren und werden idealerweise als Ergebnis eines Prüfprozesses vergeben. Je höher der Anspruch an ein Gütezeichen und seine marktliche Akzeptanz, desto intensiver ist auch der zu Grunde liegende Entwicklungsprozess beim Zeichengeber. Abbildung 1 zeigt eine mögliche Einteilung verschiedener Arten von Gütezeichen.

Zertifikate sind Gütezeichen, die als Ergebnis eines Audits durch akkreditierte Zertifizierungsorganisationen erteilt werden. Die Zertifizierung erfolgt gegen die Anforderungen einer anerkannten Norm, etwa die Qualitätsstandards der sogenannten Normenreihe DIN 9001 ff.⁷ Etwas weniger streng ist die Herangehensweise bei Siegeln - historisch auch als Gütesiegel bezeichnet. Es handelt sich um Wort- oder Bildzeichen, die als Ausweis zur Kennzeichnung von Waren eingesetzt werden. Sie repräsentieren objektive Maßstäbe der Eigenschaften des Produkts. Siegel werden nicht durch unabhängige Organisationen vergeben, sondern durch ihre Träger, häufig Zusammenschlüsse von Branchenakteuren. Die Gütebedingungen eines Siegels sollten öffentlich verfügbar sein. Sie können durch staatliche oder berufsständische Vorgaben reglementiert sein.

Demgegenüber stellen Label zunächst nur beschreibende Angaben von Eigenschaften einer Ware durch den Anbieter dar. Pflichtangaben und die Standardisierung von Labelformaten führten jedoch dazu, dass etwa in der Lebensmittelindustrie auch Labeln der Charakter eines Gütezeichens zukommen kann. Beispiele sind verpflichtende Angaben von Inhaltsstoffen bei Nahrungsmitteln oder Konformitätszeichen bei Elektroartikeln. Schließlich können auch Eigenmarken den Charakter eines Gütezeichens erhalten, obgleich es sich zunächst nur um eine herstellereigene Kennzeichnung von Produkten oder Produktsegmenten mit dem Zweck der Differenzierung am Markt handelt. Werden Eigenmarken als Qualitätsindikator eingesetzt, so konzentriert sich die Wirkabsicht auf die Wahrnehmung durch Kunden, weniger auf (öffentlich verfügbare) Beurteilungskriterien.

Neben diesen grundlegenden Konzepten gibt es weitere unterscheidende Merkmale bei Gütezeichen. Dies sind zunächst Art und Umfang der zu Grunde liegenden Bewertungskriterien. Diese ergeben sich bei der nachhaltigen Geldanlage

⁶ Vgl. auch Scholand/Dubberke (2002), S. 32 ff.

⁷ Vgl. schon Meffert / Kirchgeorg (1995), S. 99 ff zu marktbezogenen Wirkungen ökologischer Zertifizierungen.

nicht nur aus der angewendeten Hauptanlagestrategie oder dem Nachhaltigkeitsverständnis. Sie betreffen auch die Bewertungsmethode. Ein Gütezeichen, das einem Portfolioansatz folgt, konzentriert sich auf die Anwendung oder Aggregation spezifischer Kriterien mit Blick auf die Zusammensetzung eines Produkts oder einer Produktgruppe. Die Auswahl der Kriterien kann hier strengen Maßstäben folgen. Im Gegensatz dazu stellt der Prozessansatz bei Gütezeichen darauf ab, entweder die gesamte Wertschöpfungskette eines Produkts in die Beurteilung einzubeziehen oder ihren zu Grunde liegenden Managementprozess. Dieser Ansatz ist ganzheitlicher orientiert. Die Vielzahl der Kriterien und die Notwendigkeit, sie zu gewichten, können aber auf die Tiefe der Bewertung rückwirken. Prozessbasierte Gütezeichen beziehen sich häufig auf Mindestkriterien und bilden ihr Resultat mit Bezug zum jeweiligen Prozessschritt oder in gestufter Form ab.

Weitere Unterscheidungsmerkmale sind die Stellung des Zeichengebers, die Kriterientransparenz sowie das Modell zur Kostendeckung der Zeichenvergabe. In der Idealvorstellung ist der Zeichengeber unabhängig, die Kriterien sind in einem Diskursprozess aller Anspruchsgruppen entwickelt worden, und die Vergabe eines Gütezeichens erfolgt nach unangekündigten Bewertungen, auf die weder Produkthersteller noch Konsumierende Einfluss besitzen. In der Realität sollte ein ernst zu nehmendes Gütezeichen zumindest von einer Dachorganisation getragen und auf der Basis transparenter Kriterien extern validiert werden. Um Vorbehalte gegen "gekaufte" Bewertungen zu minimieren, sollte der erwerbswirtschaftliche Charakter eines Zeichengebers nicht im Vordergrund stehen und das (vom Anbieter) zu zahlende Entgelt für die Zeichenvergabe unabhängig vom Resultat sein. Keinesfalls sollte ein Zeichengeber Beratungsleistungen im Kontext der Zeichenvergabe anbieten.

Gütezeichen für nachhaltige Anlagen

Die Finanzbranche war über Jahre zurückhaltend darin, sich einer Qualitätsbewertung nachhaltiger Anlageprodukte zu öffnen. Zu klein war der Markt, zu heterogen die Wertvorstellungen und die Kriterien der Produkte, um ein Gütezeichen im Sinn einer marktbreiten Signalisierung von Produkteigenschaften zu rechtfertigen. Selbst das FNG als anbieternaher Fachverband hat sich zunächst gegen Gütezeichen ausgesprochen. Zudem hat die Umweltmanagementnorm DIN 14.001 bereits einen praktikablen, wenngleich wenig genutzten Ansatz zur Beurteilung der Prozessqualität von Anlageprodukten bereitgestellt. Am österreichischen Markt gibt es zur Orientierung seit 2004 ferner das österreichische Umweltzeichen für Fondsprodukte - anfänglich mit eher begrenzter Strahlkraft. Und schließlich setzten bereits früher - über das Rating von Einzeltiteln hinaus - einige Häuser interne Verfahren ein, um die Nachhaltigkeitsqualität von Anlagen zu beurteilen.

Geändert hat sich diese Situation vor rund fünf Jahren vor allem mit Blick auf ein wachsendes gesellschaftliches Bewusstsein für notwendige Veränderungsprozesse im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung. Auch das Stichwort Klimaschutz findet sich an dieser Stelle wieder. Gleichzeitig hat sich die Verfügbarkeit von ESG-Daten signifikant verbessert und damit auch die Forderung nach deren Transparenz. Schließlich ist die Zahl der Anlageprodukte am deutschen Markt weiter gewachsen - zum Teil inspiriert von ausländischen Märkten. Je nach Begriffsverständnis gab es 2015 mindestens sechs Gütezeichen für nachhaltige Investments am Markt. Unter ihnen auch das erstmals vom FNG angebotene Siegel, das sich speziell auf nachhaltige Investmentfonds konzentriert hat.⁸ 2017 und damit nur zwei Jahre später listet das Wiener Researchhaus E-Fundresearch auf europäischer Ebene bereits 16 Gütezeichen auf. Aktivitäten großer Ratingagenturen, aber auch Initiativen aus dem politischen Umfeld der Europäischen Kommission lassen erwarten, dass sich dieser Entwicklungstrend fortsetzt.

Verbandssiegel mit Qualitätsanspruch

Aus mehreren Gründen verdient das Siegel des Fachverbandes FNG als eines der am deutschen Markt präsenten Zeichen besondere Aufmerksamkeit. Es ist 2015 erstmals an 35 Investmentfonds vergeben worden und dürfte mit einer stetig steigenden Zahl ausgezeichneter Produkte das in Deutschland am weitesten verbreitete Gütezeichen der Branche sein. Vorangegangen war ein mehrjähriger interner Entwicklungsprozess, nachdem sich die Einschätzung der Mitglieder zur Rolle von Gütezeichen gewandelt hatte. Herausgekommen ist als Ergebnis ein Zeichen mit dem konzeptionellen Ansatz eines Siegels, welches sich auf die Bewertung von Investmentfonds richtet. Die Erfüllung von Mindestanforderungen, etwa in den Bereichen Transparenz, Prozessqualität und Ausschlusskriterien, ist erforderlich, damit ein Fonds das Siegel erhalten kann. Genügt ein Fonds darüber hinausgehenden Kriterien, ist eine Auszeichnung auf Basis eines dreistufigen Konzepts möglich. Die Zeichenvergabe erfolgt jährlich und setzt eine Bewerbung durch den Anbieter voraus.

ABBILDUNG 2

FNG-Siegel im Jahresvergleich

	2015	2016	2017
Bewerber (Anbieter/Fondshäuser)	20	17	21
Anzahl Bewerbungen (Produkte)	39	38	47
Anzahl Auszeichnungen (Produkte)	35	38	45
Produkte mit 3 Sternen (höchste Qualität)	3	7	9

Quelle: Angaben von GNG; in Anlehnung an Scholand/Bredl (2016), S. 13

⁸ Vgl. auch die Quelle FNG (2016).

In der dritten Vergaberunde haben im November 2017 45 Investmentfonds von 21 Fondsgesellschaften das FNG-Siegel erhalten (s. Abb. 2). Sechs Anbieter hatten sich dabei erstmals um das Gütezeichen beworben. Neun Fonds haben die höchste Qualitätsstufe erreicht, darunter ein Produkt eines deutschen Anbieters. Dass die Produktvielfalt sich bei traditionellen und nachhaltigen Investments heute nicht mehr unterscheidet, belegen innovative Produkte. Wandelanleihen- oder Green-Bonds-Fonds sind mittlerweile ebenso ausgezeichnet worden wie nachhaltige Emerging-Market-Fonds.

Das Gütezeichen des FNG ist nicht das einzige am deutschen Markt. Aber es ist ein Zeichen, dessen Initiatoren durch einen prozessbasierten und holistischen Ansatz sowie klar definierte Kriterien einen hohen eigenen Qualitätsanspruch anstreben. Eine eigene Vergabegesellschaft (GNG) sowie die Auditierung durch die französische Agentur Novethic sind Kennzeichen für diesen Anspruch. Der wird am Markt durchaus honoriert, denn inzwischen orientiert auch der 10,4 Milliarden Euro schwere nordrhein-westfälische Pensionsfonds als institutioneller Investor seine Anlagepolitik am Kriterienkatalog des Siegels. Finanzportale nehmen das Siegel ebenfalls zunehmend in ihr Angebot auf.

Die Verantwortlichen bei FNG, GNG und Novethic wissen jedoch, dass Gütezeichen am Markt teilweise kritisch diskutiert werden und Wettbewerber oder neue Nachhaltigkeitsinitiativen die weitere Verbreitung des FNG-Siegels behindern könnten. Damit ihr Siegel in einer solchen Pluralität nicht untergeht, verfolgt man eine Strategie, die auf einen breiten Bewertungsansatz, Kriterienstärke, Transparenz und kontinuierliche Verbesserung setzt. Auch Überlegungen, die Bewertungsmethodik künftig stärker an den 17 Zielen der SDG auszurichten, weisen vermutlich in die richtige Richtung. Immerhin gelten die SDG als wichtige Bestimmungsfaktoren für das Kerngeschäft von Banken und Versicherungen bis 2030.

Fazit: Qualität ist möglich

Das Thema nachhaltige Entwicklung beeinflusst die Geschäftstätigkeit von Finanzinstituten bereits länger. Dieser Einfluss wird sich verstärken - nicht im Sinn einer Verdrängung, sondern vielmehr als Diffusion von Themen. Im institutionellen wie im privaten Anlagegeschäft stellt diese Veränderung Information und Kommunikation mit den Adressaten von Anlageprodukten vor neue Herausforderungen. Gütezeichen können dabei eine Signalisierung von Produkteigenschaften unterschiedlicher Art leisten - soweit sie selbst qualitativen Ansprüchen hinsichtlich ihrer Kriterienstärke und Zielgruppenorientierung gerecht werden. Die Pluralität von Zeichen verstärkt die Forderung nach (Mindest-)Standards.⁹

Letztlich ist jedes Gütezeichen aber nur ein Werkzeug, um eine definierte Aufgabe zu erledigen. Der Werkzeugkasten des Finanzvertriebs verfügt bereits über eine große Zahl nachhaltiger Anlageprodukte und auch über Gütezeichen für den Ausweis ihrer Qualität. Die richtigen Werkzeuge aus dem Kasten zu nehmen, um die Anlagebedürfnisse von Kunden zu bedienen, hängt von den Produkthanbietern und vom jeweiligen Berater ab. Ein Punkt, an dem sich traditionelles und nachhaltiges Anlagegeschäft so überhaupt nicht unterscheiden.

Literatur

1. Dayankac, A. (2016): Raus aus dem Dschungel. Nachhaltigkeitsstandards, in: Verantwortung, Nr. 2/2016, S. 24 -25.

⁹ Vgl. im Ergebnis auch Heuer / Kutzbach (2017), S. 25.

2. FNG (2016): FNG-Siegel für nachhaltige Publikumsfonds. Verfahrensbedingungen, Forum Nachhaltige Geldanlagen, Berlin 2016.
3. FNG (2017): Marktbericht nachhaltige Geldanlagen. Forum Nachhaltige Geldanlagen, Berlin 2017.
4. Heuer, D./Kutzbach, A. (2017): Alles grün, oder was? in: die bank, Nr. 9/2017, S. 21 - 25.
5. Meffert, H./Kirchgeorg, M. (1995): Einsatz der ökologischen Zertifizierung im Marketing. in: Klemmer, P./Meuser, T. (Hrsg.), Das EG-Umweltaudit - Der Weg zum ökologischen Zertifikat, Gabler Verlag, Wiesbaden 1995, S. 95 -122.
6. Scholand, M./Dubberke, Th. (2002): Nachhaltigkeit in der Zertifizierung von Ökostrom. in: Elektrizitätswirtschaft, Nr. 25/2002, S. 32 - 38.
7. Scholand, M./Bredl, E. (2016): Mit Qualität nachhaltig investieren. in: Business Briefing Nachhaltige Investments, Nr. 9/2016, S. 12 - 14.
8. Voit, J. (2017): Bankgeschäft von Klimawandel tangiert. in: [Betriebswirtschaftliche Blätter Online 11/17](#) vom 06.11.2017.

Autor

Markus Scholand ist Senior Advisor und Wissensmanager im Kompetenznetzwerk von ecofin in Meschede und München.



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online