

NACHHALTIGE INVESTMENTS

TOPTHEMA: **Versicherungswelt gehört zu den Bremsern** 2

ASSET MANAGEMENT: **Siegel für Qualität der Nische in der Nische** 6

Zwischen Nische und Mainstream



Mehr Transparenz in Sachen Nachhaltigkeit – das Thema poppt erneut auf. Einerseits vergab der Brancheninformationsdienst Ecoreporter Ende August das erste Nachhaltigkeitssiegel für Banken und Anlageprodukte in Deutschland (Seite 6). Andererseits gab die Deutsche Börse Anfang September sieben Empfehlungen zur Kapitalmarktkommunikation von Nachhaltigkeitsleistungen (Seite 9). Die Distanz zwischen den Ansätzen könnte kaum größer sein. Das Siegel zielt bewusst auf eine Nische im Segment nachhaltiger Investments ab. Gelistete Aktien, Publikumsfonds und wichtige Anlagestrategien fallen durchs Raster. Somit erreicht es viele (große) Anleger leider nicht, trotz deren Rolle für zukunftsfähige Wirtschaftsweisen. Dagegen wendet sich die Börse an den Mainstream - gemeinsam mit dem Fondsverband BVI, dem Aktieninstitut, dem Investor Relations Verband und den Finanzprofis der DVFA.

Sie treibt die Erkenntnis, dass Nachhaltigkeit und Transparenz den Firmenwert und Anlageentscheidungen stark beeinflussen. Ihre Empfehlungen erläutern, was wie zu berichten ist - jedoch ohne konkrete Mindestvorgaben. Das Kernsignal lautet: Das Management muss Farbe bekennen. Im Fokus stehen Relevanz und Risikominderung für Investoren. Das ist aber nicht dasselbe wie die Relevanz des Zustandes der Erde oder des sozialen Friedens. Drum fordert die Börse Unternehmen auf, Ansprüche von Kunden, Aufsichtsbehörden und Zivilgesellschaft auch zu beachten und Stakeholderdialoge zu führen. Das aber hätte sie nachdrücklicher machen können, denn oft haben Unternehmen kaum im Blick, was für sie wichtig werden könnte - und sie bemerken es vielfach zu spät.

Zwischen diesen Polen liegen andere Ansätze. Neue wird es geben, wie das Siegel des Branchenverbandes FNG, eventuell ein staatliches Label mit Mindestkriterien, ein europäisches wird ebenfalls angepeilt. Manche Akteure warnen vor einem Siegel-Wust, der Anleger nur verwirrt. Doch der Nahrungsmittelbereich hat – trotz heikler Aspekte – vorgemacht, dass neben großen, für den „Mainstream der Gesellschaft“ gedachten Label auch Gütesiegel für spezielle Gruppen existieren können. Das ist sinnvoll, denn Anspruchsgruppen haben unterschiedliche Transparenzwünsche. Die gilt es zu bedienen, um sämtliche Hebel für mehr Nachhaltigkeit in Gang zu bringen.

Eine spannende und nützliche Lektüre wünscht Ihnen Susanne Bergius

Mit Unterstützung von



Inhalt

TOPTHEMA

Schwerfälliger Tanker: UN-Initiative pusht Versicherungswirtschaft..... 2

ASSET MANAGEMENT

Siegel in der Diskussion: kein Anspruch auf allgemeine Gültigkeit..... 6
Internationale Meldungen..... 9

PRODUKTE & KONZEPTE

Nachhaltige Versicherungen: Produkte und Initiativen..... 10

WISSEN & WERT

Wussten Sie schon ...?..... 12

MELDUNGEN & AUSBLICK 13

Diesen Newsletter abonnieren:
handelsblatt-nachhaltigkeit.de

Wie sind schwerfällige Tanker zu bewegen?

Das Angebot nachhaltiger Versicherungsprodukte und Kapitalanlagen ist dürftig. Eine potenziell einflussreiche Branche und ihr Dachverband verharren in der Deckung. Eine UN-Initiative will das ändern.

Unwetter, eine Jahrhundertflut und extreme Hagelschläge in Deutschland, ein Erdbeben in einer US-Kupfermine, Tornados in Oklahoma und zu allem Überfluss niedrige Zinsen an den Kapitalmärkten: In den letzten Monaten kamen Versicherungen wegen hoher Schäden in die Schlagzeilen. Allein die Flutschäden betragen Schätzungen zufolge an die zwei Milliarden Euro. Teils brachen Gewinne ein, etwa bei Allianz Deutschland, Munich Re und Talanx. Aber Versicherer kalkulieren Naturkatastrophen bei der Prämiengestaltung ein, Extremereignisse gehören zum Versicherungsgeschäft dazu – ohne Schäden keine Versicherungsbranche. Gleichwohl verkauften Anleger im Juni Versicherungsaktien aus Angst vor den Kosten der Flut.

Produktneuheiten - zukunftsweisende Ansätze fehlen

Die Institute zittern eher vor den mageren Kapitalanlagerenditen. Sie suchen händelnd nach Alternativen zu Anleihen und Aktien – etwa Kredite, Immobilien und Infrastrukturprojekte –, um die den Kunden zugesagten Erträge erwirtschaften zu können. Und sie wenden sich von klassischen Lebensversicherungen ab, Produkte ohne Garantie oder fondsgebundene Angebote sollen sie von Lasten befreien (s. Kasten).

Solche Aktivitäten und Produktneuheiten sollen zur ökonomischen Nachhaltigkeit der Versicherer beitragen. Ob damit die Verbraucher gut fahren, muss sich erst erweisen. Ökologische und soziale Aspekte, Risiken oder Chancen, spielen jedoch bei der Erweiterung der Produktpalette der großen Anbieter noch immer keine nennenswerte Rolle. Zwar bieten Allianz, Axa oder Ergo fondsgebundene Lebensversicherungen, bei denen Kunden auch in einige nachhaltige Fonds investieren können – doch hier erhalten sie keine oder geringe Zinsgarantien. Das Angebot ist dürftig und geht oft über den Ausschluss von Antipersonenminen und Streubomben kaum hinaus. Das Gros der Branche habe mit Nachhaltigkeit nicht viel am Hut, sagen Beobachter. Von Verbraucher- und Umweltverbänden werden sie auch nicht dazu gedrängt, geschweige denn, dass Vergleichsportale für Versicherungen solche Kriterien beachten. Folglich gibt es im Gegensatz zu Unternehmen anderer Branchen von Ausnahmen abgesehen keinerlei Nachhaltigkeitsberichterstattung (siehe Kasten).

Gestaltungskraft der Branche liegt brach

Angesichts des langfristig ausgerichteten Kerngeschäfts und globaler Herausforderungen, „überrascht die aus Studien und Umfrageergebnissen gewonnene Erkenntnis, dass sich Versicherungen bis auf Ausnahmen noch wenig und kaum strategisch dem Thema Nachhaltigkeit zuwenden und ihren fördernden Einfluss auf die Gestaltung ihrer Geschäftsbeziehungen und unternehmerischen Umfeldes kaum geltend machen bzw. weitgehend ungenutzt lassen“, kritisiert Michael Gaedicke in seiner kürzlich veröffentlichten »Masterarbeit am Center for Sustainability Management (CSM) der Leuphana Universität Lüneburg. „Nachhaltige Produkte werden allenfalls komplementär angeboten, ein nachhaltig orientiertes Passivgeschäft (...) aber weder strategisch-integrativ entwickelt noch angeboten.“

Es mangle an Sensibilität und Know-how. Das bestätigte unlängst eine Bran- ▶

TOPTHEMA
13.9.2013 | Nr. 9

Aktuelle Neuorientierung bei Produkten

Allianz und Ergo verkaufen seit wenigen Monaten Lebensversicherungen ohne garantierte Mindestverzinsung. Kunden wird nur zugesagt, eingezahlte Beiträge zurückzuerhalten und eine lebenslange Mindestrente. Wie hoch die ist, hängt vom Zins ab, der erst zu Beginn der Rentenphase errechnet wird. Für das höhere Risiko sollen Kunden mehr Rendite erhalten, doch ob dieser Plan in 20 oder 30 Jahren aufgeht, ist völlig offen. Andere Anbieter nehmen wie die Zurich Gruppe klassische Lebensversicherungen schrittweise vom Markt und setzen auf fondsgebundene Lebensversicherungen mit Beitragsgarantie.

Kaum transparent

Versicherungsunternehmen betreiben weit weniger als Unternehmen anderer Branchen eine qualitativ wie quantitativ ausgeprägte Nachhaltigkeitsberichterstattung: Seit Jahren finden sich in der von IÖW/future analysierten Nachhaltigkeitskommunikation der 15 größten Versicherungen in Deutschland (gemessen an der Summe der Beitragseinnahme) lediglich zwei Unternehmen der Branche – der Rückversicherer Munich Re und europäische Erstversicherer Allianz SE –, die bereits über einen langen Zeitraum eigenständige und jeweils immer besser bewertete Nachhaltigkeitsberichte vorlegen.

chenstudie der Ratingagentur Oekom Research. Einerseits erfüllten Versicherer eine wichtige volkswirtschaftliche Funktion, indem sie individuelle Personen-, Sach- und Vermögensrisiken übernehmen und auf die Gemeinschaft der Versicherten übertragen, heißt es darin. Andererseits machten Versicherungen Großprojekte mit negativen ökologischen und sozialen Auswirkungen erst möglich und stünden somit in der Verantwortung. Dieser würden sie jedoch meist nicht gerecht. Nur 31 von 106 Versicherungsunternehmen legten genügend Daten offen, um überhaupt nach ökosozialen Kriterien analysiert werden zu können.

Selbst die drei besten Gesamtwertungen kamen über die Note C+ auf einer Skala von A+ bis D- nicht hinaus: die Schweizer Swiss Re, die italienische Assicurazioni Generali und die niederländische Aegon. Im Fokus der Bewertung standen die Integration ökologischer und sozialer Aspekte in das Sach- und Haftpflichtversicherungsgeschäft, die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Vermögensverwaltung und Kapitalanlage sowie die Kunden- und Produktverantwortung, etwa verantwortungsvolle Beratung oder Versicherungsprodukte für einkommensschwache Kunden.

Versicherer verschenken Differenzierungsmerkmal

„Die Versicherungen verschenken ein wichtiges Differenzierungsmerkmal“, sagt dazu Robert E. Bopp von der Unternehmensberatung Ernst & Young. Versicherungen sprechen wie bei Lebensmitteln den Schutz- und Sicherheitsgedanken der Menschen an. Hier könne wie bei Biolebensmitteln davon ausgegangen werden, dass Kunden bereit seien, mehr zu bezahlen, wenn glaubwürdig dargestellt werde, dass damit langfristig etwas bewirkt werde. „Zum Beispiel besteht bei der Anlage der Mittel nicht nur die Frage, worin angelegt wird, sondern auch wie angelegt wird. Der Prozess muss deutlich sein.“ Wie das geht, machen kleinere Anbieter vor: Sie haben teils seit Jahren nachhaltige Angebote, auch mit Garantiezins, und machen Anlagen transparent. Neue Initiativen wollen dem Kraft verleihen (siehe Produkte & Konzepte).

Prinzipien für nachhaltige Versicherung

Damit auch der Mainstream die Herausforderungen aufgreift, hat die Finanzinitiative der Vereinten Nationen UnepFI die „UN Prinzipien für nachhaltige Versicherungen“ entwickeln lassen. Sie entsprechen denen der UN Prinzipien für verantwortliches Investieren (UN PRI) und des UN Global Compact für Unternehmen. Insgesamt 38 führende Versicherungen sowie 25 Branchenverbände und internationale Organisationen haben sich bisher zu den » [Principles for Sustainable Insurance \(PSI\)](#) (Details siehe Infokästen) bekannt. Das sind mehr als doppelt so viele Akteure wie vor einem Jahr. Sie haben ein Prämienaufkommen von geschätzt 4,5 Billionen Euro und verwalten laut UN-Generalsekretär Ban Ki-moon mehr als 24 Billionen Dollar Vermögen.

Die Mitglieder verpflichten sich freiwillig, Umwelt-, Sozial- und Governancefaktoren (ESG) in ihr Kerngeschäft, ihre Aktivitäten und Produkte entlang der Wertschöpfungsketten zu implementieren. Gleichzeitig wollen sie die Wichtigkeit von ESG-Aspekten gegenüber Kunden, Unternehmen, Zulieferern und Politik hervorheben. Wie sie das tun, bleibt abzuwarten. Ziehe man das konsequent auf, ergebe eine aktive PSI-Unterstützung Sinn, sagt Bopp, aber warnt: „In der Konsequenzfrage steckt auch das Risiko für die Reputation, da der Kunde kritisch wird.“

Deutschsprachige Branchenverbände sind träge

Unter den deutschsprachigen Instituten haben nur die Rückversicherer Munich Re und Swiss Re die PSI unterzeichnet. Bei den Unterstützern sucht man die führenden Versicherungsverbände aus Deutschland, Österreich und der Schweiz vergeblich, während Branchenverbände aus Italien, den Niederlanden oder Brasilien, den Philippinen und Südafrika mit von der Partie sind. Die deutsche Assekuranz muss wohl erst ihren Imageschaden bewältigen nach Bildern eines im Luxus schwelgenden Versicherungsvertrieblers und Berichten über Lustreisen von Ergo-Vertretern. Seit 1. Juli 2013 gilt ▶

TOPTHEMA
13.9.2013 | Nr. 9

Vier Prinzipien für nachhaltige Versicherer

- 1 Wir werden in unsere **Entscheidungsprozesse Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekte integrieren**, die für unser Versicherungsgeschäft relevant sind.
- 2 Wir werden **mit Kunden und Geschäftspartnern kooperieren**, um ein Bewusstsein für Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen zu wecken, Risiken zu managen und Lösungen zu entwickeln.
- 3 Wir werden mit **Regierungen, Regulatoren und wichtigen Anspruchsgruppen zusammenarbeiten**, um weit verbreitete Aktionen in der gesamten Gesellschaft zu unterstützen hinsichtlich Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen.
- 4 Wir werden **Verantwortlichkeit und Transparenz demonstrieren**, indem wir regelmäßig unsere **Fortschritte bei der Implementierung der Prinzipien offen legen**.

Quelle: <http://www.unepfi.org/psi/>

Versicherungsprinzipien

Die PSI wurden auf dem Weltgipfel von Rio+20 im Juni 2012 verabschiedet und sollen sich als **weltweit gültige Nachhaltigkeitsgrundsätze in der Versicherungswirtschaft** etablieren. Sie wurden in einem sechs Jahre dauernden, weltweiten Prozess entwickelt von der Finanzinitiative des UN-Umweltprogramms, damit diese Branche zu **nachhaltigen Gemeinschaften und Wirtschaften** beiträgt.

eine neue Ethik – elf Regeln als » **Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten** (siehe Kasten). Nachhaltigkeitsaspekte fehlen dort.

Auch sonst glänzt der » **GDV** bei diesem Thema überwiegend durch Abwesenheit. Zwar hat er 2011 den Entwurf des inzwischen in Kraft getretenen Berichtsstandards „Deutscher Nachhaltigkeitskodex“ (DNK) kommentiert; 2012 hat er Vorschläge gemacht, wie die gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Bedingungen für Investitionen in Erneuerbare Energien und Infrastruktur verbessert werden können; die versicherungsspezifische Publikation „Erneuerbare Energien“ gibt es in 8. Auflage; und der Verband ist Mitglied im „Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V. (VfU)“. Aber das war's. Die Unterstützung von Mitgliedern bei der Umwelt- und Klimabilanzierung hat mit Betriebsökologie, aber nichts mit dem Kerngeschäft zu tun – dem Klima- und Öko-Fußabdruck von Versicherungen und deren sozialen Auswirkungen. Der GDV hat eine Initiative für aktiven Einbruchschutz, aber keine für Nachhaltigkeit, geschweige denn eine Nachhaltigkeitsstrategie.

Bruchstückhafte Aktionen - sparsame Unterstützung

Überlegungen für eine Initiative zum freiwilligen Verzicht auf Investitionen in Unternehmen, die verbotene oder geächtete Waffensysteme oder Schlüsselkomponenten herstellen, blieben im Sand stecken. Die Initiative sei eingehend rechtlich geprüft worden, so eine Sprecherin auf Anfrage: „Ergebnis der Prüfung war, dass entsprechende Standards aufgrund kartellrechtlicher Bedenken nur unternehmensindividuell erarbeitet werden sollten.“ Das klingt nicht überzeugend, hat die UN doch Streubomben und Landminen als illegal eingestuft - die beste Grundlage für einen einheitlichen Standard. Es scheint, dem Verband misslang, seine 470 Mitglieder zu einem freiwilligen Bekenntnis zu bewegen. Großversicherer wie Allianz, Axa und Munich Re schließen diese Waffensysteme bei Kapitalanlagen längst aus.

Hinsichtlich der UN-Principles für Sustainable Insurance (PSI) teilt die GDV-Sprecherin mit, der Verband habe sich aktiv an deren Entwicklung beteiligt und diese auch bei seinen Mitgliedern publik gemacht. „Fragen der Nachhaltigkeit sind jedoch ein Wettbewerbsinstrument. Es liegt daher allein in der Entscheidung der Unternehmen, diese freiwilligen Prinzipien für sich anzuerkennen und umzusetzen.“ Der GDV sei den PSI nicht formal beigetreten, weil diese in erster Linie für aktiv im Markt agierende Versicherungsunternehmen konzipiert seien. Auch dies ist eine schwache Begründung, denn die PSI unterscheiden zwischen Mitgliedern – Versicherern – und Unterstützern - Verbänden. Ausländische Branchenvereinigungen machen mit.

„Innerhalb der Verbandsorganisation werden nachhaltigkeitsrelevante Themen der Branche nicht integrativ betrachtet und bearbeitet, sondern allenfalls disparat in verschiedenen Geschäftsbereichen begleitet.“ So lautet die Einschätzung der Master-Arbeit. „Eine konzeptionelle und strategische Zusammenführung des Querschnittsthemas 'Nachhaltigkeit' im Management des Verbandes fehlt.“ Gaedicke muss es wissen, arbeitet er doch für den GDV, wie die Recherche ergab. Woran kann die Untätigkeit liegen? Gaedicke erklärt sie in seiner Arbeit so: „Nachhaltigkeit ist in der Breite der Versicherungsbranche kein Thema und ist deshalb auch keines der Verbandsorganisation (...) Potenziale sind unternehmens- und wettbewerbsrelevant und die damit verbundenen Chancen sollen – so scheint es – nicht über die Verbandsorganisation zum Nutzen aller Wettbewerber bzw. im Interesse der Branche gehoben werden.“

Bedeutende Aufgaben fordern die ganze Branche heraus

Wäre das so, wäre das ein riskanter Stillstand. Zwar ist es sinnvoll, Nachhaltigkeit als Wettbewerbsterain zu betrachten und Vorteile zu ergattern. Doch steht die Branche laut Experten vor bedeutenden Nachhaltigkeitsherausforderungen, die zumindest teilweise gemeinsames Handeln erfordern: die ökonomischen und ökologischen Folgen des Klimawandels, Risiken aus der Globalisierung und neuen Technologien sowie soziale Herausforderungen infolge des demografischen Wandels und des Ver-

TOPTHEMA
13.9.2013 | Nr. 9

Regeln für den Vertrieb

Der deutsche Dachverband der privaten Versicherer GDV fordert Versicherungsunternehmen auf, dem » **Verhaltenskodex für den Vertrieb von Versicherungsprodukten** beizutreten.

In den seit Juli 2013 gültigen elf Regeln heißt es unter anderem, die Firmen sollen verständliche Produkte anbieten, das Interesse der Kunden vorne anstellen, Compliance-Vorschriften einhalten und Zusatzvergütungen ausweisen – das alles bestätigt von Wirtschaftsprüfern.

Aber viele Forderungen seien zu allgemein formuliert und es fehlten Sanktionen, kritisierten Branchenvertreter Anfang Juli gegenüber dem Handelsblatt.

braucherschutzes. Die Branche stehe auch vor der Herausforderung, ihre Reputation zu erhöhen, sagt Bopp von Ernst & Young. Das bedeute: „Fokussierung auf Transparenz und Authentizität, um Glaubwürdigkeit, Integrität und Vertrauen für klar definierte Stakeholdererwartungen anzubieten.“ Gaedickes Masterarbeit legt dar, dass das Versicherungsgeschäft über ein erhebliches Potenzial zur Gestaltung nachhaltiger Entwicklung verfügen: „Die Möglichkeiten resultieren aus der Risikoübernahme im Passivgeschäft, aus dem Management der Kapitalanlage im Aktivgeschäft sowie einer Ressourcen schonenden Gestaltung der Geschäftsprozesse.“

Standards für Risikoprüfung und Kapitalanlagen sinnvoll

Beispielsweise könnten Versicherungen im Rahmen der Risikoprüfung und -beratung im Industrie- und Gewerbekundengeschäft technische und organisatorische Hinweise zur Risikominderung geben bzw. die Senkung der Prämienhöhe an die Erfüllung von Umweltschutzauflagen bzw. Einhaltung von Qualitätsstandards koppeln. Zudem könnten sie – analog zu den » **„Equator Principles“** für Banken – Umwelt- und Sozialstandards bei der Antragsprüfung und Risikoübernahme bei Industrieanlagen oder Infrastrukturprojekten anwenden oder ESG-Risiken und die Erfüllung von Nachhaltigkeitsstandards prüfen und gegenüber Geschäftspartnern thematisieren.

Der GDV könnte in beratender Weise ein nachhaltiges Passivgeschäft fördern, indem er beispielsweise Nachhaltigkeitsanforderungen in den Produktparten identifiziert, Umweltauswirkungen der Versicherungsbranche erfasst und Vermeidungsoptionen klärt. Er könnte Einschätzungen zu versicherungstechnischer Risiken in neuen Geschäftsfeldern geben sowie entsprechender Versicherungskonzepte und -lösungen erarbeiten (alle Empfehlungen: siehe Kasten). Im Aktivgeschäft – bei Kapitalanlagen und Investitionen – könne der Verband einen gemeinsamen Standard nachhaltiger Kapitalanlage entwickeln und durch seinen Beitritt bei den UN PRI eine freiwillige Selbstverpflichtung der Branche zur verantwortlichen Kapitalanlage stimulieren.

Andere Branchenverbände als Vorbild nehmen

Manche Akteure gehen in diese Richtung - meist nicht raumgreifend, oft zur Selbstdarstellung, aber in klaren Schritten. So haben Chemieverbände unlängst Leitlinien für Nachhaltigkeit entwickelt (» **August-Ausgabe**). Der Markenverband befasst sich in einer » **Seminarreihe** im September und Oktober mit Nachhaltigkeitstrends und neuen Geschäftsmodellen. Anfang 2010 veröffentlichte er ein » **Positionspapier zur Nachhaltigkeit**. Der » **Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV)** widmet eine Webseite den Maßnahmen und Projekten von Sparkassen für eine wirtschaftlich und öko-sozial zukunftsfähige Entwicklung. Der Informations- und Telekommunikationsverband Bitkom hat 2011 » **Handlungsempfehlungen zum Umgang mit der ISO 26000** gegeben, der internationalen Norm für Unternehmensverantwortung.

Der Verband der Maschinen- und Anlagenbauer VDMA hat 2011 » **Blue Competence** ins Leben gerufen. Beteiligte Unternehmen unterzeichnen die Nachhaltigkeitskriterien dieser Initiative. Zwar sind firmenweite, quantitative Ziele keine Pflicht, aber es sind nachhaltigkeitsorientierte Ziele für Produkte und Mitarbeiter zu definieren. Jemand in der Geschäftsführung ist verantwortlich, das treibt - auch auf niedrigem Niveau - strategisches Denken voran. Mit rund 400 Mitgliedern wachse sie wöchentlich, sagt Isabell Lippert vom VDMA. Zwölf Prozent seiner Verbandsmitglieder und 37 Fachverbände hat er schon zum Mitmachen bewegt. Blue Competence vernetzt „und bündelt Ressourcen, Know-how und Stärken.“ Ziel ist es, weltweit langfristig in der Branche eine führende Rolle in Nachhaltigkeitsfragen zu besetzen.

Kann sich etwas Vergleichbares nicht auch ein Versicherungsverband vornehmen? Bopp meint, der GDV könne zumindest das sich aus Reputationsherausforderungen ergebende Risiko aufgreifen und dafür sensibilisieren. Will heißen: Nachhaltigkeit ist wettbewerbsrelevant, ja, aber Verbände können sie voran treiben.

Susanne Bergius

TOPTHEMA
13.9.2013 | Nr. 9

Handlungsempfehlungen für die Verbandsarbeit

- 1 Dialogforum „Chance/Risiko“
- 2 Verbraucher-Panel der Versicherungswirtschaft
- 3 Erfassung und Vermeidung von Umweltauswirkungen in der Versicherungsbranche
- 4 Entwicklung eines Standards „Nachhaltige Kapitalanlage“
- 5 Aufbau einer Multistakeholder-Plattform für die Versicherungswirtschaft
- 6 Berichterstattung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex
- 7 Integration von Nachhaltigkeit in Leitbild und Strategie der Branche (Beschlussvorlage)
- 8 Einrichtung einer Projektgruppe „Nachhaltigkeit“: Konzeption einer Nachhaltigkeitsstrategie der Branche
- 9 Integration der Branche in Netzwerke „nachhaltiger Entwicklung“
- 10 Beitritt des GDV zum deutschen PRI-Netzwerk

Quelle: Gaedicke, M. (2013). Nachhaltigkeit als Verbandsaufgabe: Anforderungen aus dem Konzept der Nachhaltigkeit und Empfehlungen für die Interessenvertretung am Beispiel der deutschen Versicherungswirtschaft. Lüneburg.

Erstes Qualitätssiegel bedient kleine Nische

Einsamer Coup sorgt für Aufruhr. Eine Analyse des Konzepts für Banken, Produkte und Berater ergibt **positive Ansätze**, aber **auch Verbesserungsbedarf**.

Jörg Weber hat einen guten Namen: 1999 gründete er das Informationsportal Ecoreporter, das über Umwelttechnik-Aktien und nachhaltige Anlageprodukte berichtet. Er hat viel zur Transparenz und Entwicklung des Marktes Nachhaltiger Geldanlagen beigetragen. Doch seine jüngste Initiative stößt auf Kritik. Überraschend hat er Ende August ein » **Qualitätssiegel für Banken, nachhaltige Finanzprodukte und Anlageberatung** vergeben. Überraschend, weil der Journalist sein Terrain zu verlassen scheint. Weil er das im Alleingang tut. Und weil das Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG) ein Gütesiegel für nachhaltige Anlageprodukte entwickelt (siehe Kasten).

Überraschung über einsamen Vorstoß

Darüber war Weber informiert, ist er doch Mitglied des FNG. Doch er hat sich dort nicht eingebracht. Warum? „Wir wollten etwas tun, was kein anderer macht: ein ganz strenges Label, die Bewertung anderer Anlageklasse als Fonds sowie die Beurteilung der Nachhaltigkeit der Anbieter“, antwortet Weber auf Anfrage.

Doch Fachleute wundern sich, dass vier Redakteure – keine Ratingagentur – ein Siegel aus dem Boden stampfen. Das nötige Research scheinen sie kaum leisten zu können, zumal viele Anlageklassen, Banken und Berater geprüft werden sollen. Zwar wirkt das jüngst gegründete Institut für nachhaltiges, ethisches Finanzwesen (Inaf) an der Entwicklung der Kriterien und des Vergabeverfahrens mit, es wird aber vertreten von Jörg Weber. Unter Aktuelles stehen dort Meldungen über „seine“ Messe Grünes Geld sowie „seinen“ Ausbildungsgang Ecoanlageberater. Damit sind zwei der sechs anderen Inaf-Mitgründer verbandelt. Es entsteht der Eindruck des Marketings in eigener Sache. Beim französischen Informationsanbieter Novethik fragt man sich: „Alles dreht sich um Weber – wie vertrauenswürdig ist das Siegel?“

Vielleicht will er seinem Engagement mit sämtlichen verfügbaren Mitteln mehr Schwung verleihen, das wäre legitim. Weber schuf einen Ausbildungsgang und eine Messreihe, warum nicht ein Siegel. Kunden hätten ihn um eine Bewertung von Banken und Beratern gebeten, erläuterte Weber. Und Neuland betrete er nicht, denn Grundlage der Siegel-Prüfung sei der seit Jahren praktizierte Ecoanlagecheck. Der werde ergänzt durch eine Prüfung, wie nachhaltig die jeweiligen Anbieter seien.

Tiefgründige Bankenprüfung honoriert echte Leistungen

Im Bankensektor qualifizieren sich nur die, die nachweislich im Kerngeschäft strengen Nachhaltigkeitskriterien folgen und nicht nur „Feigenblattprodukte“ anbieten. Dabei wird in die Bücher geschaut – so war Weber tagelang bei der Bank für Kirche und Caritas (BKC) in Paderborn, wie Vorstandschef Richard Böger berichtet. Insofern honoriert das Siegel tatsächlich durchweg hohe ökosozial-ethische Leistungen bei Kreditvergabe, Eigenanlagen, Anlageprodukten und Anlageberatung. Neben der BKC erhielten es die Steyler Bank aus Sankt Augustin und die GLS aus Bochum.

Die rund Dutzend Banken, die strenge Nachhaltigkeitskriterien erfüllen, haben zwar teils hohe Kundenzuwächse, doch viele Menschen kennen sie nicht. Es ist wohl verdient, wenn ihre Bekanntheit steigt. Da drei Banken das Siegel erhielten und es künftig jährlich vergeben wird, kann man sich ausrechnen, wann alle derartigen ▶

ASSET MANAGEMENT
13.9.2013 | Nr. 9

FNG-Siegel in Arbeit

Ein Siegel für nachhaltige Anlagen zu etablieren ist schwierig, da es weder in Deutschland noch international ein einheitliches Nachhaltigkeitsverständnis gibt und auch nicht geben kann. Angesichts der Vielfalt der Anlagestrategien und Anlegerwünsche führt das Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG) **Dialoge mit verschiedensten Anspruchsgruppen**. Denn ein Siegel ist nur sinnvoll, wenn es akzeptiert wird.

Im Juni hat das **Stufenkonzept** die **Zustimmung der Mitgliederversammlung** des FNG erhalten. Es sieht Mindestkriterien und eine Bewertung der Nachhaltigkeitswirkung vor. Es soll die Orientierung erleichtern bei allen im deutschsprachigen Raum zugelassenen Publikumsfonds und ihrer Anlagekonzepte. Das Siegel soll **2014 auf den Markt kommen**.

Rahmen und Raster

Um das Ecoreporter-Siegel kann sich jeder bewerben, der nicht vorab durchs Raster fällt, die Prüfung ist kostenlos. Für eine Plakette oder Nutzung für Werbung ist eine Lizenzgebühr zu zahlen.

Folgende Anlagestrategien werden nicht bewertet:

- **Positivkriterien** im Sinne der Förderung nachhaltiger Lebens- und Wirtschaftsweisen,
- **Best-in-Class-Ansätze**, die die ökosozial leistungsstärksten Unternehmen vieler Branchen sondieren und
- **aktives Aktionärstum**, mit dem Gesellschaften und Fonds Unternehmen mittels Firmendialogen oder Reden auf Hauptversammlungen zu ökosozial verantwortlicherem Wirtschaften drängen.

Kirchen- und Nachhaltigkeitsbanken gelabelt sein dürften. Manche argumentieren, es schaffe kaum mehr Transparenz. Aber es gibt einen Bedarf nach einem „Premiumsiegel“, das strenger ist als übliche Nachhaltigkeitsawards für Banken. Ein Ansporn für konventionelle Institute, die ernsthaft den Weg zu nachhaltigem Wirtschaften beschreiten, bleibt zwar aus, aber diese können andere Auszeichnungen erwerben.

Reduzierte Relevanz für Anlageprodukte

Komplizierter ist die Lage bei der unüberschaubaren Vielfalt der Anlageprodukte. Aber da vereinfacht sich Ecoreporter auf mehrfache Weise die Arbeit - und schränkt die Bedeutung des Labels selbst ein. „Finanzprodukte werden nur mit dem Siegel ausgezeichnet, wenn nachweisbar ist, dass sie jenseits der Finanzwelt einen positiven Effekt erzielen, etwa indem sie fairen Handel fördern oder den Klimawandel bremsen“, so Weber. Publikumsfonds fallen damit überwiegend durchs Raster, auch die mehr als 300 Fonds in der Datenbank des Branchendienstes. Denn sie wirken indirekt, indem sie zwischen Unternehmen einen Wettbewerb um ökosoziale Leistungen stimulieren (siehe » [Ausgabe 7/2012](#)). Laut einer Sonderbedingung kann ein Fonds ausgezeichnet werden, falls er „kontinuierlich und engagiert die Öffentlichkeit darüber informiert, warum er ein Unternehmen nicht mehr als nachhaltig ansieht und die Aktien verkauft.“ Was das konkret heißt, ist unklar.

Die Kriterien bestimmen zudem, dass die Anbieter überwiegend nachhaltig ausgerichtet sein müssen und auch die meisten ihrer Produkte. Ein wirklich seriöses Konzept eines konventionellen Anbieters hat also keine Chance. Damit dürften auch die meisten Anlageprodukte der anderen bewerteten Anlageklassen durchs Raster fallen. Zudem werden nur in Deutschland zugelassene Produkte bewertet. In Österreich gebe es ein Siegel, „wir wollen in keinen Siegel-Wettbewerb eintreten“, sagt Weber.

Einseitige Orientierung an Ausschlusskriterien

Andererseits scheinen die Kriterien doch nicht so streng wie zu erwarten wäre. Es gibt einige » [Mindestkriterien](#) wie maximal fünf Prozent Atomstrom und Rüstung. Ausschlusskriterien wie Raubbau an natürlichen Ressourcen, industrielle Tierhaltung, Verwicklung in Umweltkatastrophen oder die Herstellung kontroverser Chemikalien hingegen fehlen. Um eine Auszeichnung zu ergattern, müssen Anbieter jedoch selbst weitere Ausschlusskriterien definiert haben. Vorschriften gibt es kaum, weil die Wert- und Nachhaltigkeitsvorstellungen von Anlegern zu unterschiedlich seien, begründet Weber. Sein Team prüft stattdessen, ob Anbieter ihre Nachhaltigkeitsversprechen halten. So scheint es, als ob viel Konzepte eine Chance auf das Siegel haben. Doch dem ist nicht so, weil sich die Bewertung einseitig an Ausschlusskriterien orientiert.

Andere hinsichtlich Nachhaltigkeit wirksame, verbreitete Anlagestrategien fallen durchs Sieb: Positivkriterien, Best-in-Class-Ansätze und aktives Aktionärstum (siehe Kasten S. 6). Die Konzeption negiert, dass ethische Aktionärsmacht für eine nachhaltige Wirtschaft viel bedeutsamer sein kann als eine zu hundert Prozent öko-fair arbeitende Nische. Bei diesem sehr limitierten Universum wundert es nicht, dass eine pure Ökotechnik-Anleihe – die Stufenzinsanleihe des Bremer Windkraftunternehmens Energiekontor – trotz hoher ökonomischer Risiken das Rennen macht.

Willkür beim Vergabeverfahren für Anlageberater

Bei der Bewertung von Anlageberatern macht sich der Informationsanbieter die Sache gar zu einfach: Es können lediglich Organisationen ein Siegel erhalten, für die wenigstens acht Beratungskräfte arbeiten. Das hat zwar nichts mit Know-how zu tun, verringert aber den Research-Aufwand beträchtlich. Bemerkenswert, dass sich ein Team aus vier Redakteuren für kompetent hält, über andere zu urteilen, aber Teams von weniger als acht Finanzberatern für inkompetent hält, nachhaltig zu beraten.

Betroffene reagieren wütend. „Das ist nicht nur pure Willkür, sondern diskriminiert systematisch Hunderte freier Beratungskräfte, die es gewohnt sind in Netzwerken ▶

ASSET MANAGEMENT
13.9.2013 | Nr. 9



EY
Building a better working world

Ihr Update in puncto Nachhaltigkeit

Alle Unternehmenslenker haben schon davon gehört – doch welche Vorteile verbergen sich hinter Sustainable Finance, Integrated Reporting, Risk und Regulatory Change? Und wie können Unternehmen ihre zunehmenden Compliance-Verpflichtungen optimal managen? Worauf es ankommt, sagt Ihnen Robert E. Bopp, robert.bopp@de.ey.com.
www.de.ey.com

„EY“ und „wir“ beziehen sich auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited, einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht. ED None.

zu arbeiten, anstatt für Banken, Strukturvertriebe oder als Vertreter ähnlicher Unternehmen mit eigenen Vertriebsinteressen“, wettet der Anlageberater Oliver Ginsberg, der mit einem Kollegen die Firma Tetratteam betreibt und im FNG vernetzt ist. Zweifelhafte Vorgabe ist auch, dass mindestens die Hälfte der Anlageberater „im Bereich Nachhaltigkeit nachweisbar (...) geschult und qualifiziert sein“ müssen. Ein Schuft wer Böses dabei denkt - der Eco-Anlageberater ist fast die einzige diesbezügliche Ausbildung. Kundenberater ausgezeichneter Banken haben sie absolviert.

Selbst renommierte Profis mit eigenständig erarbeiteter Erfahrung haben folglich keine Chance, etwa Mechthild Uppgang, die seit 20 Jahren zu sozialverantwortlichen und nachhaltigen Geldanlagen berät. Oder Kris Hauf, die ihre Private Investmentberatung 1997 mit der Spezialisierung auf Investmentfonds und nachhaltige Kapitalanlagen startete – lange bevor es irgendwelche Zertifikate gab.

Schnellschuss oder legitimes Konzept?

„Die meisten nachhaltig orientierten Berater/innen und Vermittler/innen müssen sich nicht quälen“, meint Berater Ingo Scheulen ironisch. „Da die Auswahl klein war, musste es beinahe zwangsläufig auf Gottfried Baers MehrWert AG zulaufen.“ Der Schnellschuss schade vielen, die sich um eine Wende zur Nachhaltigkeit bemühten. Scheulen arbeitet allein, hat aber vor zehn Jahren das Netzwerk Ökofinanz-21 mitgegründet: Die 31 Mitglieder bündeln ihr Wissen und haben das FNG dazu bewegt, ein Qualitätslabel zu erarbeiten.

Fazit: In den Kategorien Produkte und Anlageberatung bestehen erhebliche Unausgegorenheiten. Ob das Siegel in dieser Form ernst genommen wird, ist zu bezweifeln. Hinsichtlich Produkten und Banken bleibt der Schuster bei seinem Leisten: Er bietet ein - nachgefragtes - Siegel für eine Nische innerhalb der nachhaltigen Geldanlagen, nicht mehr und nicht weniger.

Eine Verbreitung von Nachhaltigkeit im Mainstream ist nicht das Ziel. Der Aufgabe, den kompletten Markt zu bewerten, wird das Siegel nicht gerecht – es ist auch nicht sein Anspruch. Warum Weber diesen Eindruck erweckte, bleibt unklar. Das Verhältnis zum künftigen FNG-Siegel für Publikumsfonds ist vergleichbar mit dem EU-Ökolabel für Nahrungsmittel, von dem sich das ältere Label Demeter abgrenzt – nur dass Demeter strenger ist als die Redakteure aus Dortmund und viel transparenter. Drum kann der Markt gelassen bleiben - mit Ausnahme vielleicht der Berater.

Webers Vorstoß kann für das FNG ein Ansporn sein, ein solides Gütesiegel zu lancieren für Publikumsfonds und später andere Anlageklassen, das der gesamten Bandbreite nachhaltiger Anlagekonzepte gerecht und breit akzeptiert wird.

Susanne Bergius

ASSET MANAGEMENT
13.9.2013 | Nr. 9

Neuerung in Siegel-Welt

Die **französische » Novethic** zielt auf ein **europäisches Siegel**: Die Researchorganisation hat am vergangenen Donnerstag ihr Siegel erstmals auch europäischen Publikumsfonds verliehen. Im **deutschsprachigen** Raum wird es neben dem Ecoreporter-Label und **Österreichs Umweltzeichen** künftig das **FNG-Siegel** geben. Für ein **staatliches Siegel**, das die Einhaltung von Mindeststandards garantiert, plädiert Gerhard Schick, finanzpolitischer Sprecher von Bündnis 90/Die Grünen.

GELD FAIR BIETEN

SEHSTERN

Fairness im Bankgeschäft beginnt mit Transparenz. Unser Ethikkompass verbietet grundsätzlich Investments in Rüstung oder Atomenergie. Das Kapital unserer Kunden fließt ausschließlich in Unternehmen, die unseren hohen sozial-ökologischen Standards genügen. Und dies zu fairen Konditionen. Fairgewissern Sie sich selbst: **036691-86 23 45**

www  EthikBank.de
Faires Geld

Klimawandel ändert Investorenverhalten

Immer mehr institutionelle Vermögensverwalter und Kapitaleigner vermeiden oder veräußern Investments wegen großer Bedenken zu Klimarisiken. Es seien bereits 23 Prozent der Kapitaleigner im Jahr 2012 nach neun Prozent im Jahr 2011 und sogar 53 Prozent der Asset Manager, heißt es in einem » Bericht der „Global Investor Coalition on Climate Change“. Er basiert auf Antworten von 37 Kapitaleignern und 47 Vermögensverwaltern mit addiert mehr als 14 Billionen Dollar an Vermögen. Bereits 40 Prozent der Kapitaleigentümer integrieren demnach Klima-Kriterien in ihre Anforderungen bei der Vergabe neuer Mandate. Fast zwei Drittel überprüfen, wie bereits beauftragte Vermögensverwalter Klimaaspekte in ihren Investmentprozessen beachten.

Management soll Farbe bekennen

Die Deutsche Börse stellte Anfang September in Frankfurt » sieben Empfehlungen zu einer ganzheitlichen Kapitalmarktkommunikation zur Nachhaltigkeit vor. Sie werden ebenfalls getragen vom Deutschen Fondsverband BVI, dem Deutschen Aktieninstitut, dem Deutschen Investor Relations Verband (Dirk) und der Deutschen Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management (DVFA). Unternehmen sollen – möglichst in einem gemeinsamen Dokument mit finanziellen Informationen – verlässlich über eine überschaubare Anzahl steuerungsrelevanter, klar definierter ökologischer, sozialer und Governance-Messgrößen berichten. Und zwar über solche, die „in die Entscheidungsprozesse des Managements einfließen, mit der Unternehmensstrategie verknüpft sind und die wirtschaftlichen Auswirkungen von ESG-Faktoren illustrieren“. Zudem sollten sie verlässlich über die wechselseitigen Abhängigkeiten zwischen finanziellen und extra-finanziellen Wertschöpfungsfaktoren informieren.

Quantitative Daten sind zu bevorzugen. Bei Bedarf sei zu erklären, „warum sich bestimmte Indikatoren positiv oder negativ entwickelt haben und ob dies gut oder schlecht für das Unternehmen ist.“ Unternehmen sollten die Nachhaltigkeitsperspektive mit der finanziellen Perspektive in Bezug setzen und – wenn möglich in Geld ausgedrückt – erläutern, wie sich Nachhaltigkeitsleistung und Geschäftserfolg gegenseitig beeinflussen. Die Verwendung international oder national anerkannter Standards sei hilfreich, „da diese die in der Berichterstattung verwendeten KPIs vergleichbar machen.“ Die Standards und Researchorganisationen werden aufgeführt. Amüsanterweise wird die Investoreninitiative CDP als 'Agentur' genannt.

Wahlen: Parteien zur Nachhaltigkeit in der Finanzwelt

Das Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG) hat im Vorfeld der Bundestagswahl am 22. September 2013 und der Wahl zum österreichischen Nationalrat am 29. September 2013 die in den gesetzgebenden Gremien vertretenen Parteien zu Ihren Positionen hinsichtlich nachhaltiger Geldanlagen und einer nachhaltigen Finanzindustrie befragt, teils gemeinsam mit der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT). Bei den 'Wahlprüfsteinen' ging es auch um die Ansichten zu Transparenz & Berichterstattung, Bewusstseinsbildung & Ausbildung sowie Nachhaltigkeit & Öffentliche Hand. Alle Parteien haben geantwortet, » hier finden Sie die Antworten.

Aktive Aktionäre gefragt

Die Börse von Singapur (SGX) hat » neue Listing-Regeln für Hauptversammlungen eingeführt, die das aktive Aktionärstum fördern sollen. Sie ermuntert die Aktionäre stark, aktiv an Hauptversammlungen teil zu nehmen und Fragen an Vorstände und Aufsichtsräte zu stellen, um die Geschäftslage und Details der strategischen Pläne der Unternehmen und Emittenten besser zu verstehen. Damit könnten sie auch das Risiko besser verstehen, das mit den zur Abstimmung stehenden Vorschlägen verbunden sei. Die Regeln treten stufenweise 2014 und 2015 in Kraft. Dem waren intensive Konsultationen mit verschiedenen Anspruchsgruppen ab 2011 voraus gegangen.

Susanne Bergius

ASSET MANAGEMENT
13.9.2013 | Nr. 9

Mit Unterstützung von



Mehr als Geld bewegen
GlobalanceBank



HAUCK & AUFHÄUSER
(SCHWEIZ) AG



ForestFinance
Wir machen Wald.

Ökosoziale Konzepte sind Raritäten

Seit Jahren entwickeln **kleinere Akteure** nachhaltige Versicherungsprodukte. Zwei neue Initiativen wollen 2014 auch **Sachversicherungen lancieren**.

Als einer der ersten Lebensversicherer mit strengen nachhaltigen Anlagekriterien ist die Concordia-Tochter Oeco Capital seit 1995 auf dem Markt, im Mai 2013 vom Fachmagazin Portfolio Institutionell als „Bester nachhaltiger Investor“ ausgezeichnet. Die schon 1996 vom » **Verein für Alternative Versorgungskonzepte** entwickelte, ebenfalls dunkelgrüne „Transparente“ bieten inzwischen einige Lebensversicherer – Volkswahl-Bund, Neue Leben und die Lebensversicherung von 1871 – an. Transparente und Oeco Capital veröffentlichen, wohin das Geld fließt. Andere, fondsgebundene Produkte, wie die der britischen Friends Provident, investieren die Beiträge ganz oder nur teilweise in mehr oder oft weniger strenge nachhaltige Projekte oder Kapitalanlagen.

Die Stuttgarter Versicherung hat sich von der Transparente verabschiedet, aber nach deren Vorbild Anfang 2013 eine » **„Grüne Rente“** lanciert. Das jüngst gegründete Institut für nachhaltiges, ethisches Finanzwesen e.V. (INAF) soll sich mit der Qualitätssicherung der nachhaltig-ethischen Geldanlagen befassen. Innovativ ist die fondsgebundene » **VC-Energierente** der Quantum Leben: Sie kooperiert seit dem Frühjahr mit dem Düsseldorfer Asset-Manager Voigt & Kollegen, der hierfür Solar-kraftwerke erwirbt und verwaltet - Altersvorsorge per erneuerbarer Stromerzeugung. Die Versicherten bestimmen aber die Höhe des Anteils an ökologischer Stromerzeugung selbst - ergänzt wird er durch Beimischung ökosozialer Investmentfonds. Nötig ist eine Einmalprämie von 10.000 Euro, Zuzahlungen sind möglich.

Grüne Krankenversicherungen realisierbar

Unter den Krankenkassen empfiehlt sich die kleine BKK advita als „grüne Alternative“. Sie orientiert sich seit Ende 2010 an den Prinzipien nachhaltigen Wirtschaftens. Sie ergänzt schulmedizinische Leistungen durch natürliche Behandlungsangebote und honoriert betriebliche Gesundheitsmaßnahmen. Die Kasse legt Rücklagen bei nachhaltigen Geldinstituten wie Ethikbank, GLS Bank und Umweltbank an. Das sei eine „interessante Ergänzung im Beratungsangebot“, meinen Finanzberater.

„Immer mehr Krankenversicherer steuern bei der Kapitalanlage auf Nachhaltigkeitskurs um“, berichtet Finanzberater Oliver Ginsberg. Beispiele seien Süddeutsche Krankenversicherung (SDK), die Barmenia und die Continentale. „Bei der SDK rundet eine weit unterdurchschnittliche Verwaltungskostenquote von 1,4 Prozent und die konsequente Weigerung, sich an den Provisionsexzessen der Branche zu beteiligen, das Bild einer fairen und günstigen Versicherung ab.“ Jedoch hat die SDK keine nachhaltigen Anlageleitlinien und investiert nur sporadisch: 2010 eine laut eigenen Angaben verschwindend kleine Summe in nachhaltige Waldflächen und 2011 in Erneuerbare-Energien; 2012 und 2013 gab es keine nachhaltigen Investments.

In den USA Nachlässe für grüne Gebäude verbreitet

Bei Gebäudeversicherungen gibt es erste Schritte, denn: „Der Nachweis nachhaltigkeitsrelevanter Merkmale und Eigenschaften einer Immobilie kann sich positiv auf die Finanzierungs- und Versicherungskonditionen auswirken“, hat Thomas Lützkendorf festgestellt, Professor am Karlsruher Institut für Technologie (KIT). In Deutschland seien die Versicherer aber noch zögerlich, es gebe vorzugsweise internationale ▶

PRODUKTE & KONZEPTE
13.9.2013 | Nr. 9

Mangelware: Grüne Kfz-Versicherung

Einige Kfz-Versicherungen in den USA bieten laut dem Wall Street Journal seit Jahren deutlich **günstigere Tarife für Wenig-Fahrer** und für Hybrid-Autos. Sie argumentieren mit **geringeren Risiken**. **Hierzulande ist das kaum üblich**. Das halbherzige Vorgehen zeigt sich beispielhaft an einer Kfz-Versicherung der Allianz. Sie hatte ein Produkt, das es ermöglichte die CO2-Emissionen des eigenen PKW per Ausgleichszahlung an den WWF über ein Klimaschutzprojekt neutral zu stellen. Manche Beobachter sagen, es sei Greenwashing gewesen, Spritschleudern für hohe Tarife ohne Spendenquittung klimaneutral zu stellen. **Enttäuschte Kunden** hingegen beklagen, das Produkt sei nicht aktiv vertrieben und mangels Nachfrage eingestellt worden.

Beispiele. So war die Allianz-Tochter Fireman's Fund in den USA der erste Anbieter für Versicherungen mit günstigeren Konditionen für grüne Gebäude. Da die Risiken nachhaltiger Gebäude niedriger seien, bieten in den USA inzwischen einige der führenden Gebäudeversicherer Nachlässe für Häuser mit dem US-Energielabel LEED an, so das Vergleichsportale InsuranceQuotes.com.

Bei der Kapitalanlage beachten auch einige Versicherer aus dem deutschsprachigen Raum bei Immobilien Nachhaltigkeitskriterien, wie eine Umfrage dieses Magazins im Herbst 2010 ergab. Der Trend hat sich inzwischen verstärkt.

Zwei Initiativen wollen den Markt voranbringen

Da sich in anderen Versicherungsbereichen so wenig tut, wollen vermögende Privatleute mit „Ver.de“ die erste in Deutschland gegründete nachhaltige Sachversicherung starten. Den Auftakt soll im Frühsommer 2014 eine Hausratsversicherung machen (s. Kasten). Noch ist das Produkt nicht am Markt, manch Beobachter ist skeptisch, aber die Aufsichtsbehörde Bafin hat im März die Zulassungsfähigkeit bestätigt. Für die Zulassung muss der Verein 3,5 Millionen Euro für den Gründungsstock und einen Organisationsfonds einsammeln. Es gibt 20 Anteile zu je 7.000 bis 630.000 Euro. Vier Anteile seien gezeichnet, weitere reserviert, berichtet auf Anfrage Vorständin Marie-Luise Meinhold, die viele Jahre bei der Allianz arbeitete. Noch seien 2,5 Millionen Euro einzuwerben. Die Laufzeit der Anteilsscheine beträgt 19 Jahre, ab dem siebten Jahr soll die Rückzahlung beginnen. Den in Gründung befindlichen, einer Genossenschaft vergleichbaren » **Ver.de Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit (i.G.)** hat der Rat für Nachhaltigkeit 2012 mit dem Qualitätssiegel „Werkstatt N“ ausgezeichnet.

Eine Initiative namens Greensurance will ein nachhaltiges Versicherungsmodell für alle Versicherungssparten und Geschäftsbereiche etablieren. Es soll auf versicherungsmathematischen Grundlagen zu nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsweisen beruhen. „Die Idee ist, Kunden durch günstigere Tarife zu belohnen, wenn sie sich für Nachhaltigkeit einsetzen“, erklärt Initiator Markus Reichenberg. Eine empirische Studie von der Universität St. Gallen und der Umweltorganisation WWF habe 2010 nachgewiesen, dass informierte, nachhaltige orientierte Kunden ein niedrigeres Versicherungsrisiko für Kfz- und Hausratsversicherungen darstellten.

Das Roll-Out für Greensurance soll im ersten Quartal 2014 stattfinden, so Reichenberg. Er hat hierfür 2012 die haftungsbeschränkte Unternehmensgesellschaft „Greensurance für Mensch und Umwelt UG“ gegründet. Kooperationszusagen von Versicherern gebe es für die Bereiche Kfz, Landwirtschaft und Privatkunden (Haftpflcht, Rechtsschutz, Gebäude, Hausrat, Unfall).

Reichenbergs eigene Firma hat eine Berufs- und Vermögensschadenshaftpflichtversicherung entwickelt für Energieberater, Sachverständige sowie Architektur- und Ingenieurleistungen für den Klimaschutz. Dazu besteht ein Rahmenvertrag mit der Zurich Versicherung. So kann die Unterstützung ökologischer Geschäftsmodelle aussehen.

Susanne Bergius

PRODUKTE & KONZEPTE
13.9.2013 | Nr. 9

Klares Ziel: mehr Geld für nachhaltige Alternativen

„Das **Versicherungskapital** wird ausschließlich unter den Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit (sinnvoll, ökologisch, ökonomisch und sozial) eingesetzt. Darüber hinaus erhalten Kunden, die schadenfrei bleiben, einen Teil ihrer Beiträge zurückerstattet.“ So lautet das Ziel von Ver.de. Gehe etwa durch einen Wasserschaden die Waschmaschine kaputt, erhalte der Verbraucher anders als bei anderen Versicherungen **20 Prozent mehr an Geld**, damit er sich eine energie- und wassersparende Waschmaschine kaufen könne. Ob das Ziel umsetzbar ist, hängt davon ab, ob genügend langfristig orientierte Anleger dem Geschäftsmodell eine Chance geben.

Nachhaltigkeit ist kein Teil unserer Firmenpolitik.

Es ist unsere Firmenpolitik.

Weitere Infos finden Sie unter hvb.de

Willkommen bei der
HypoVereinsbank
Member of **UniCredit**

Das Leben ist voller Höhen und Tiefen. Wir sind für Sie da.

Im Banken-Rating von oekom research (2011) belegt die HypoVereinsbank erneut Platz 1 unter den weltgrößten Geschäftsbanken – und gilt damit als nachhaltigstes Unternehmen der Branche.

Wussten Sie schon, ...

WISSEN & WERT
13.9.2013 | NR. 9

... dass die Reputation eines Unternehmens das am schwierigsten zu bewältigende Risiko für Manager ist?

Vor allem Betrug und Korruption in ausländischen Niederlassungen sowie schlechte Bedingungen für Beschäftigte weltweit sind die größten Einflussfaktoren für Reputationsrisiken. Belegt hat das eine » **Umfrage der Schweizer Versicherungsgruppe Ace** Mitte August 2013. Von den befragten 650 europäischen Managern sind 56 Prozent der Meinung, Social-Media-Kanäle hätten das Risikopotenzial noch verschärft – ein Risikopotenzial nicht nur für die Unternehmen, sondern auch für die an ihnen beteiligten Investoren und Anleger.

... dass in Berlin von insgesamt 89.000 Hektar Fläche 40 Prozent „Natur“ sind?

Auf Wald, Grünanlagen, Wasser und Landwirtschaft entfallen laut Zahlen der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt 35.934 Hektar. Grüner lässt sich wohl in kaum einer anderen Weltmetropole leben.

... wie stark „Wollen“ und „Tun“ auseinanderklaffen?

In der EU sind 37 Prozent der Bürger bereit, mehr zu bezahlen für Produkte von Unternehmen, die der Gesellschaft etwas zurückgeben. In den sechs Monaten zuvor haben sich aber nur 26 Prozent der Antwortenden aus diesem Grund für ein Produkt solcher Firmen entschieden. Das ergab im Sommer 2013 eine Umfrage der Agentur Nielsen, auf die 15.192 Menschen antworteten.

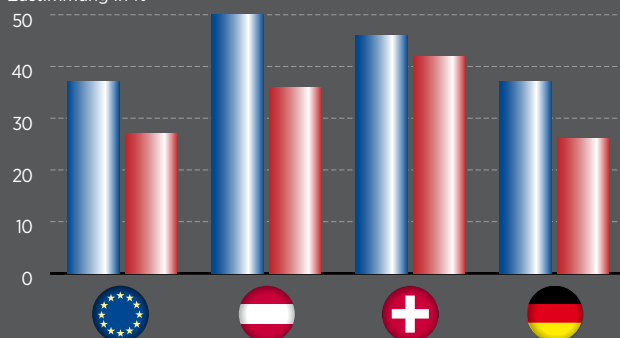
Diskrepanz zwischen „Wollen“ und „Tun“

Konsumenten wurden nach Ihrer Zustimmung zu folgenden Aussagen befragt:

Ich bin **bereit** für Produkte und Dienste von solchen Unternehmen mehr zu bezahlen, die Programme haben, um der Gesellschaft etwas zurückzugeben.

In den letzten 6 Monaten **habe** ich mind. ein Produkt oder eine Dienstleistung gekauft, weil ich wusste, dass das Unternehmen ein Programm implementiert hat, um der Gesellschaft etwas zurück zu geben

Zustimmung in %



Handelsblatt

Quelle: Nielsen Global Survey – Q1-2013; 15.192 Befragte

... dass die externen Kosten, die die Rohstoff- und Grundstoff verarbeitende Industrie verursacht, so hoch sind wie 13 Prozent der globalen Wirtschaftsproduktion?

Die nicht in wirtschaftlichen Kalkulationen eingepreisten Kosten belaufen sich weltweit auf 7,3 Billionen US-Dollar, heißt es in dem Bericht » **„Natural Capital at Risk: The Top 100 Externalities of Business“**. Die Berechnungen erstellte 2013 die unabhängige Londoner Researchfirma Trucost im Auftrag von TEEB.

Diese Wissenschaftlergruppe hat 2010 mit der so genannten TEEB-Studie „The Economic of Ecosystems and Biodiversity“ Furore gemacht: Danach ist der Marktwert der Biodiversität höher als der der weltweiten Industrieproduktion.

Verantwortung von Investoren?

Ob es gefällt oder nicht: Anleger sind nicht nur mit ökonomischen, sondern auch mit ethischen Unsicherheiten und Wagnissen konfrontiert. Denn Investitionsprozesse und Finanzprodukte sind häufig sehr komplex und oft ist es schwierig, die jeweiligen sozialen, gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen zu erkennen oder zu belegen. Was bedeutet es in intransparenten und schwer abschätzbaren Situationen für eine konkrete Anlage, „verantwortlich“ zu investieren? Was heißt Verantwortung hierbei konkret: Wo beginnt und wo endet sie? Können Investoren in einem solchen Umfeld überhaupt verantwortlich gemacht werden für die Folgen einer Geldanlage? Diese Fragen stellt der Investorenverein CRIC e.V. auf der » [Fachtagung „Verantwortung von Investoren?“](#) am **2. Oktober** in Frankfurt zur Diskussion.

Nachhaltiges Investment 2013 – quo vadis?

Der Markt öko-sozial-ethischer Geldanlagen ist trotz Wachstums eine Nische im deutschsprachigen Raum. Doch beeinflusst er den Trend im Mainstream, Umwelt-, Sozial- und Governance-Aspekte bei Titelanalyse und Portfolioentscheidungen zu beachten. Daraus ergeben sich viele Fragen: Interessieren sich vermögende Privatanleger für Nachhaltiges Investment? Gibt es bald einen „Blauen Engel“ für Nachhaltigkeitsfonds? Ist das Thema in Immobilienportfolios ein Treiber oder ein Marketing-Gag? Und: Setzen kirchliche Organisationen die EKD-Kriterien für Nachhaltiges Investment von 2010 um? Antworten gibt am **22. Oktober** die » [Tagung „Nachhaltiges Investment 2013 – quo vadis?“](#) im Haus am Schüberg des Ev.-Luth. Kirchenkreises Hamburg-Ost, moderiert von Silke Stremlau, Researchchefin von Imug. Zielgruppen sind Finanzprofis, institutionelle Investoren und andere Interessierte.

Erscheinungsweise: monatlich

Erscheinungsart: kostenloses Abonnement

Konzeption & Organisation: [Susanne Bergius](#)
Redaktion:

Susanne Bergius, Jürgen Röder (Verantwortlicher im Sinne des §55 Abs.2 RStV)

Produktion: Heide Braasch

Internet: www.handelsblatt-nachhaltigkeit.de

Kontakt: handelsblatt.com@vhb.de
+49(0)211/887-0

Anzeigenverkauf:

iq media marketing gmbh,
www.iqm.de/newsletter
Email: kundenbetreuung@iqm.de
+49(0)211-887-3355

Verlag:

Handelsblatt GmbH
(Verleger im Sinne des Presserechts)
Kasernenstraße 67, 40213 Düsseldorf
Email: handelsblatt.com@vhb.de,
Tel.: 01805 365365 (EUR 0,14/Min.)

Geschäftsführung:

Gabor Steingart (Vorsitzender), Jörg Mertens,
Claudia Michalski
AG Düsseldorf HRB 38183, UID: DE 812813090

Dieser Newsletter stellt ausdrücklich keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf dar. Es wird keine Haftung für die Richtigkeit der Angaben und Quellen übernommen. Die ausgewählten Anlageinstrumente können je nach den speziellen Anlagezielen, dem Anlagehorizont oder der individuellen Vermögenslage für einzelne Anleger nicht oder nur bedingt geeignet sein. Die in diesem Dokument enthaltenen Empfehlungen und Meinungen wurden von der Redaktion nach bestem Urteilsvermögen geprüft und entsprechen dem Stand zum Zeitpunkt der Erstellung des Dokuments und können sich aufgrund künftiger Ereignisse oder Entwicklungen ändern. Dieses Dokument darf in anderen Ländern nur in Einklang mit dort geltendem Recht verteilt werden, und Personen, die in den Besitz dieses Dokuments gelangen, sollten sich über die dort geltenden Rechtsvorschriften informieren und diese befolgen. Kein Teil dieses Newsletters darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages verändert oder vervielfältigt werden.

MELDUNGEN & AUSBLICK

13.9.2013 | Nr. 9

Mit Unterstützung von



BUSINESS BRIEFING zu Nachhaltigen Investments

Die nächste Ausgabe erscheint am 11.10.2013.

– Newsletter bestellen unter www.handelsblatt-nachhaltigkeit.de