

BANKING BE GREEN!



BANKING – BE GREEN!



TRENDRADAR #2

PROZESSE

Wie können Unternehmen
nachhaltiger arbeiten?

PRODUKTE & GESCHÄFTSMODELLE

Wie wird nachhaltig investiert?
Welche neuen Produkte entstehen?

ERWARTUNGEN

Was erwarten KundInnen
heute von Finanzinstituten?

FUTURY

Deutsche Bank

BAIN & COMPANY

pre
zero

Handelsblatt MEDIA GROUP

INDEX

Besuchen Sie unsere Initiative
THE MISSION
auch online unter
Handelsblatt.com/themission

Die Welt steht vor so großen Herausforderungen wie nie zuvor. Futury, ein Spin-off der Werte-Stiftung, Bain & Company, PreZero, die Deutsche Bank und die Handelsblatt Media Group begründen deshalb eine neue Initiative mit dem Namen „The Mission“. Das gemeinsame Ziel der fünf Initiatoren: die besten erfahrenen und jungen Köpfe versammeln und engagierte Unternehmen mit den besten Talenten, StudentInnen und AbsolventInnen, vernetzen. Ganz konkret haben wir zwölf Zukunftsthemen definiert, die Herausforderungen für unsere nachhaltige Zukunft adressieren. Die Zukunftsthemen sollen in den kommenden drei Jahren von Studierendenteams bearbeitet und Prototypen für ihre Visionen erarbeitet werden. Bei jedem der zwölf Themen werden jeweils 20 Studierende in fünf Teams drei Monate lang an konkreten Prototypen arbeiten. Unterstützt werden sie dabei neben den InitiatorInnen auch von Unternehmen aus dem jeweiligen Themengebiet. So bekommen die Teams praktische Unterstützung bei ihrer Arbeit, und alle Lösungen werden permanent auf ihre konkrete Einsatzmöglichkeit im Markt überprüft. Zudem werden alle Ideen und Prototypen anhand der 17 Nachhaltigkeitsindikatoren der Vereinten Nationen auf ihren konkreten Beitrag zur Nachhaltigkeit überprüft.

Junge Talente – etablierte Unternehmen – zwölf Themen – ein Ziel:

Gemeinsam für eine nachhaltige Zukunft!

04
EDITORIALS



06

10



21

**GREEN BANKING –
TRENDS UND ENTWICKLUNGEN**

Die Transformation von internen Prozessen, neue Produkte und Geschäftsmodelle, veränderte Kundenanforderungen und politische Rahmenbedingungen – die Finanzindustrie ist in einer tiefgreifenden Veränderung. Welche Trends bestimmen die kommenden Jahre? Wie gehen etablierte Unternehmen schon heute damit um und welche Innovationen tragen Start-ups in den Sektor?

05
ZUKUNFTSSZENARIEN



13

15

19

23

DIE NACHHALTIGKEIT DER FINANZINDUSTRIE

Nachhaltigkeit ist zu einem zentralen Thema für Unternehmen aller Branchen geworden. Die Finanzindustrie ist dabei nicht nur selbst in einer Transformation, sondern gilt auch als zentraler Multiplikator für weitere Branchen.

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43



Unternehmerischer Erfolg im Banking der Zukunft wird auf nachhaltigem Handeln und Wirtschaften gründen. Denn Nachhaltigkeit ist der Mega-Trend schlechthin. Das disruptive Potenzial ist gewaltig. Es geht einher mit enormen Chancen und Herausforderungen. Denn Nachhaltigkeit nimmt immer größeren Raum im Bewusstsein von immer mehr Menschen ein: Als Verständnis über die Endlichkeit der natürlichen Ressourcen und die Mechanismen ihrer Gefährdung und Zerstörung. Und als ethische Erwartung an das eigene Tun und Lassen sowie an das von Wirtschaftsunternehmen und anderen Akteuren. Marktforschungen belegen dies: KundInnen sprechen sich für Nachhaltigkeit und Umweltschutz aus – zum Wohle zukünftiger Generationen, der eigenen Gesundheit und auch für ein gutes Gefühl, sich in Einklang mit den eigenen Werten zu wissen.

Dies sind keine randständigen Konsumentenhaltungen von Gesellschaftsfragmenten, sondern Einstellungen des Mainstreams. Banken als Dienstleistungsunternehmen können dies nicht ignorieren. Sonst würden sie bald ignoriert. Ihre Kundenbeziehungen gehören zu ihren wertvollsten Assets. Diese werden gefährdet oder gehen verloren, wenn Banken keine Antworten auf die Frage finden, wie grünes Banking aussehen kann. Sie stehen damit vor einer Herkulesaufgabe. Doch das Potenzial ist beträchtlich. Denn wie die Digitalisierung Banken befähigt hat, ihre Kundenbeziehungen stärker zu personalisieren und zu individualisieren sowie in Sachen Convenience große Fortschritte zu machen, so kann die Nachhaltigkeit Banken befähigen, aus Kundensicht auf den Ebenen Sinn und Vertrauen wieder stärker zu liefern. Darin liegt eine enorme Chance. Entsprechend verorten zukunftsorientierte Banken die Nachhaltigkeit hoch auf ihrer strategischen Kunden-Agenda. Ohne Lösungen in diesem Bereich wird Erfolg für und an KundInnen schwer vorstellbar werden. Insbesondere im Segment der jüngeren KundInnen, die für Banken essentiell sind.

Die vielfältigen Initiativen und Aktivitäten, der Nachhaltigkeit im Banking zum Durchbruch zu verhelfen, beflügeln und machen Mut. Sie haben große Innovationskraft in den Banken freigesetzt und den Austausch sowie die Kooperation untereinander aber auch mit Partnern außerhalb der Branche befeuert. Es gilt nun, beherzt auf diesem Weg fortzuschreiten und gemeinsam Positives zu bewirken!

Tim Alexander,
Chief Marketing Officer (CMO), Deutsche Bank

Immer mehr Unternehmen verpflichten sich zur Einhaltung von Nachhaltigkeitszielen. Schließlich zeigen nicht zuletzt die Klimadebatte und die weltweite Fridays-for-Future-Bewegung, dass das Thema Nachhaltigkeit längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist. Besonders für die junge Generation sind sowohl Nachhaltigkeit als auch Sinnhaftigkeit keine leeren Worte mehr. Beides gewinnt zunehmend an Gewicht – bei Kaufentscheidungen im Alltag ebenso wie bei Finanzthemen. So verwundert es nicht, dass ein Großteil der Bevölkerung Wert auf nachhaltige Kapitalanlagen legt. Die KundInnen möchten heute wissen, wem sie ihr Geld anvertrauen und wofür es verwendet wird.

Noch tun sich viele Finanzdienstleister schwer, die Wünsche der KundInnen in ihrem Portfolio abzubilden. Ein Grund ist die Unsicherheit, die im Finanzmarkt rund um die Themen Environment, Social und Governance (ESG) herrscht. Die Frage, was Green Banking eigentlich ‚green‘ macht, ist bislang noch nicht klar beantwortet. Mittlerweile verpflichtet die Europäische Union Anlageberater, die Nachhaltigkeitspräferenzen ihrer KundInnen konsequent abzufragen und ihnen dazu passende Anlageprodukte vorzustellen. Bei der Umsetzung stehen etliche Banken allerdings noch am Anfang.

Immerhin versuchen einige Finanzdienstleister bereits, neue Wege zu gehen und sich mit maßgeschneiderten nachhaltigen Produkten und Services vom Wettbewerb abzuheben. Hier kommt The Mission ins Spiel. Bei dieser Initiative arbeiten junge Talente mit Unternehmenspartnern zusammen, um innovative Lösungen für nachhaltigeres Wirtschaften zu finden. Die Ideen der Studierenden sind erfrischend anders – und können gerade deshalb Bankprodukte attraktiver machen.

Es gibt einige Handlungsfelder im Bereich Green Banking, die dringend angegangen werden müssen. Dazu gehören beispielsweise die Mobilisierung von Kapital für grüne Investitionen oder die bislang unzureichende Koordinierung zwischen Finanz- und Umweltpolitik. Daher freue ich mich außerordentlich, dass das Handelsblatt mit dem vorliegenden Trendradar das Thema aufgreift und so auch in der öffentlichen Diskussion weiter in den Fokus rückt.

Walter Sinn
Deutschlandchef, Bain & Company



EDITORIALS

DIE NACHHALTIGKEIT DER

FINANZ INDUSTRIE



„Die aktuelle Pandemie führt uns vor Augen, wie fragil die Welt ist und welcher Wert in nachhaltigen Portfolios steckt. Wenn wir diese Krise überstanden haben und Anleger ihre Portfolios anpassen, haben wir die Möglichkeit, eine nachhaltigere Welt zu schaffen.“

*Larry Fink,
CEO des weltweit größten Vermögensverwalters BlackRock*

Die letzten Jahre haben gezeigt, dass sich kein Wirtschaftsbereich den Themen Umwelt- und Klimaschutz entziehen kann. Der Klimawandel ist durch zahllose Wetterereignisse wie Dürren, Hitzewellen und Starkregen für die Bevölkerung auch in den westlichen Industrieländern spürbar geworden. So geht das World Economic Forum davon aus, dass fünf der zehn größten Risiken für die Menschheit in den nächsten Jahren von Umweltrisiken ausgehen.

Parallel zu den spürbarer werdenden Folgen des Klimawandels hat sich ein verstärktes öffentliches Bewusstsein entwickelt: Nie zuvor war der Wunsch nach einer nachhaltigen Lebensweise so weit in

der Bevölkerung verbreitet. Zahlreiche politische Initiativen haben den Handlungsdruck auf die Akteure erhöht. So sieht das Klimaabkommen von Paris (2015) vor, die Erderwärmung auf 1,5 Prozent zu begrenzen. Ebenfalls hat sich Deutschland bis 2030 dazu verpflichtet, seine Emissionen um 55 Prozent zu reduzieren, bis 2050 sogar um mindestens 80 Prozent.

Damit diese Transformation gelingen kann, sind grundlegende Veränderungen in der Realwirtschaft, die für das Gros der Emissionen verantwortlich ist, sowie im Konsum-, Mobilitäts- und Freizeitverhalten der Menschen gefragt. Auch die Finanzwirtschaft wird dazu ihren Beitrag leisten.

WETTEREXTREME

SCHEITERN BEIM KLIMASCHUTZ

NATURKATASTROPHEN

ARTENSTERBEN

**VOM MENSCHEN
VERURSACHTE
UMWELTKATASTROPHEN**

Die größten Risiken für die nächsten 10 Jahre

Quelle: World Economic Forum

**DATENMISSBRAUCH
ODER -DIEBSTAHL**

CYBERANGRIFFE

WASSERMANGEL

**SCHEITERN
GLOBALER
KRISENPOLITIK**

AKTIENBLASE



Die Herausforderungen im Bankensektor lassen sich in zwei Kategorien aufteilen:

Der Finanzsektor muss die nötigen Mittel für diese Transformation bereitstellen (Mobilisierungsfunktion). Wie soll sonst etwa die eine Billion Euro investiert werden, die die Europäische Kommission im Rahmen des Green New Deals für eine klimafreundliche Wirtschaft bis 2030 mobilisieren möchte? Allein die erforderlichen Zusatzinvestitionen für die Industrie in Deutschland belaufen sich bis 2050 schätzungsweise auf 120 Milliarden, wenn das Ziel der 95-prozentigen Treibhausgasreduzierung bis dahin gelingen soll.

Der Finanzsektor ist heute mit anderen politischen und gesellschaftlichen Anforderungen konfrontiert als noch vor wenigen Jahren. Sowohl die Kundenerwartungen als auch die regulatorischen Anforderungen verändern sich grundlegend. Dies wiederum hat Rückwirkungen auf die Risikoeinschätzungen und Geschäftsmodelle der Finanzinstitute. Immer wieder ist nicht mehr nur von einer Energie-, Konsum- und Verkehrswende, sondern mehr und mehr auch von der Finanzwende die Rede.

ESG steht für Environment, Social und Governance. Gemeint ist damit, dass Finanzprodukte, nachhaltige Kriterien, wie Umweltschutzstandards, gute Unternehmensführung oder Arbeitsschutzmaßnahmen erfüllen. Das ESG-Konzept erfreut sich wachsender Beliebtheit im Finanzwesen, da es ein umfassendes Bild von Nachhaltigkeit zeichnet. Über die Hinzunahme der Bereiche Soziales und Unternehmensführung kommt zum Ausdruck, dass einerseits der rücksichtsvolle Umgang mit natürlichen Ressourcen und Emissionen von großer Bedeutung sind, aber der Umgang mit Mitarbeitenden, PartnerInnen und KundInnen oder der Einsatz für die Zivilgesellschaft ebenso wichtige Aspekte der Nachhaltigkeit darstellen.

„ESG ist jetzt hier und wird auch bleiben. Es wird unsere Industrie genau so verändern, wie es die Digitalisierung und davor die Suche nach Diversifikation durch die Integration von neuen Asset-Klassen gemacht hat. Heutzutage ist Nachhaltigkeit ganz klar der Trend.“

Head Investment & ESG Advisory EMEA/APAC, DWS

Vor diesem Hintergrund haben sich Investitionen in grüne Anlageklassen und Finanzierungsinstrumente, die auf Nachhaltigkeitszielen ausgerichtet sind, zu einem der zentralen Themen im Finance-Bereich entwickelt. 130 internationale Banken haben daher im September 2019 die Principles for Responsible Banking (PRB), eine Initiative der Vereinten Nationen zu mehr Nachhaltigkeit und Transparenz in der Finanzwirtschaft, unterschrieben. Zu den Unterzeichnern gehören unter anderem führende deutsche Finanzinstitute wie die Deutsche Bank, die Commerzbank, die GLS, die DZ Bank, die Nord/LB und die LBBW.

15 Akteure des Deutschen Finanzwesens, darunter die Deutsche Bank, die Commerzbank, die HypoVereinsbank oder die Triodos Bank unterzeichneten darüber hinaus am 30.6.2020 eine Klimaschutz-Selbstverpflichtung des Finanzsektors, um die eigenen Kredit- und Investmentportfolios an den Zielen des Pariser Klimaschutzabkommens auszurichten. Um dies zu erreichen, sollen Kooperationen untereinander vorangetrieben, Ziele definiert und Ergebnisse transparent gemessen werden.

Die Themen Nachhaltigkeit und insbesondere Umweltschutz gewinnen an den Finanzmärkten an Bedeutung, sind aber keineswegs Neuland. Vielmehr werden bereits seit mehreren Dekaden Produkte angeboten, die neben Renditezielen auch Nachhaltigkeitsziele verfolgen ([ESG Kriterien](#)).

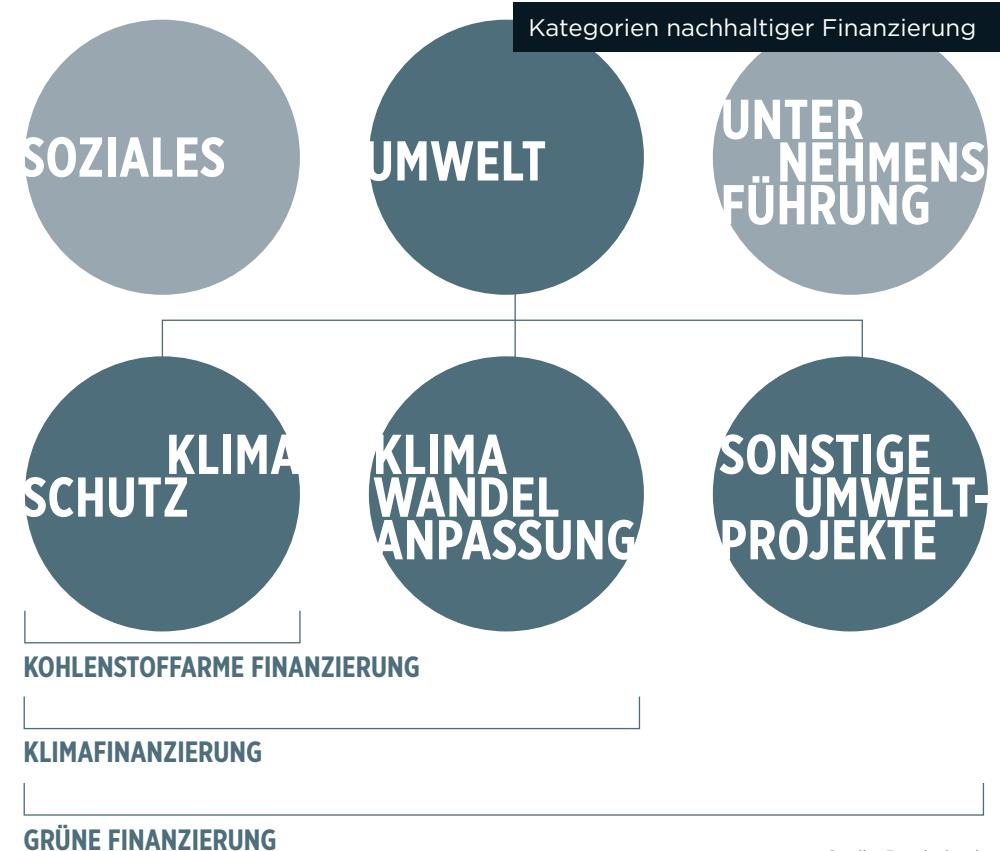
Neu ist allerdings, dass das Thema die Nische verlassen hat und zu einem zentralen Wettbewerbsfaktor in der Branche werden wird.

Belief sich das Emissionsvolumen von Green Bonds – Schuldverschreibungen, die an grüne Ziele gekoppelt sind – im Jahr 2015 noch auf unter 50 Milliarden US-Dollar, waren es allein in den ersten neun Monaten des Jahres 2019 bereits mehr als 250 Milliarden Euro. Auf Deutschland entfallen dabei gut 18 Milliarden Euro. Mittlerweile werden Vermögen von mehr als 80 Billionen US-Dollar von den [UN PRI](#) Unterzeichnern verwaltet.

Eine Investoreninitiative in Partnerschaft mit der UNEP Finance Initiative und dem UN Global Compact zur praktischen Umsetzung der sechs Prinzipien für verantwortliches Investieren.

Bei allen Analysen des Themas nachhaltige Finanzierung (Sustainable Finance) ist zu berücksichtigen, dass es keine einheitliche Definition gibt. Das Trendradar „Banking- Be Green!“ behandelt vordergründig die Kategorie „Umweltbewusste Finanzierung“, wobei vereinzelt auch nicht nur „grüne“ Aspekte beleuchtet werden. Der Teil „Green“ schließt in diesem Bericht die drei Bereiche Umweltschutz, Klimaanpassungen und sonstige Umweltprojekte ein. Der Teil „Banking“ wurde gewählt, da in Deutschland den Banken traditionell eine größere Rolle zukommt als in anderen Ländern der Welt. Immer noch finanziert sich ein Großteil der Unternehmen nicht über den Kapitalmarkt, sondern über den Bankensektor. Trotzdem schließt dieser Bericht auch Themen ein, die eher dem erweiterten Bereich Finance zuzuordnen sind.

Kategorien nachhaltiger Finanzierung



GREEN BANKING

TRENDS UND ENTWICKLUNGEN



Deutschland soll in den kommenden Jahren – da sind sich Bundesregierung und Finanzindustrie einig – zu einem führenden Land im nachhaltigen Finanzsegment werden. Um dies zu erreichen, sind zunächst drei zentrale Fragen zu beantworten:

Welche Geschäftsmodelle und welche Produkte gibt es bereits und muss es in Zukunft geben, um den Finance-Bereich nachhaltig zu machen?

Welche Prozesse und internen Strukturen werden sich in den Banken verändern?

Welche externen Faktoren wirken auf die Banken, sowohl aus Sicht der KundInnen, die Geld anlegen möchten, als auch durch eine veränderte Risikostruktur, da manche Geschäftsmodelle in Zukunft nicht mehr nachhaltig sind?

Um den Weg aufzuzeigen, wie das Banking von morgen grüner und nachhaltiger werden kann, bedarf es eines grundlegenden Verständnisses der aktuellen Situation, da diese die Basis für weitere Entwicklungen ist. Darüber hinaus ist es wichtig, sich sowohl mit Trends auseinanderzusetzen, die bereits heute das Geschäft bestimmen, als auch mit solchen, die erst in der mittleren bis langen Frist von größerer Bedeutung sein werden. Produkte, Prozesse und rechtliche Anforderungen, die heute entstehen, können in fünf oder zehn Jahren den Markt maßgeblich beeinflussen.

Daher liegt der Fokus der folgenden Analyse auf kurz-, mittel- oder langfristigen Trends, die auf den Ebenen der drei großen Herausforderungen Transformation des Geschäftsmodells, Transformation der Prozesse und Transformation der externen Herausforderungen analysiert werden.

KURZFRISTIG

Trend ist bereits für das unmittelbare Handeln relevant, Unternehmen sollten deshalb „**AGIEREN**“

MITTELFRISTIG

Trend besitzt bereits Bedeutung und sollte umfassend „**ANALYSIERT**“ werden

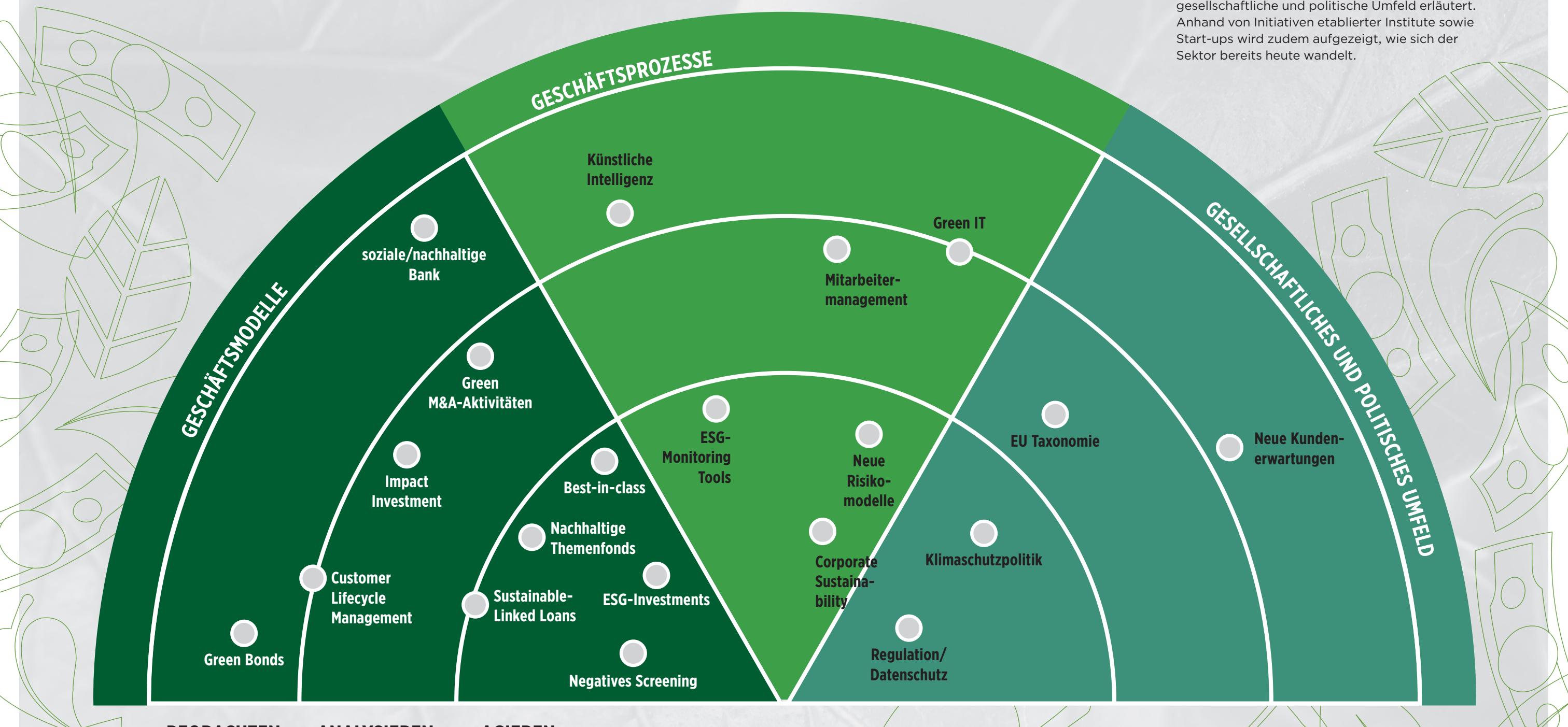
LANGFRISTIG

Es sollte sukzessiv ein Bewusstsein für den Trend entstehen – es gilt ihn zu „**BEZOCHTEN**“

Zusammen mit den Herausforderungen entsteht so eine analytische Matrix – ein „TRENDRADAR**“**

IREND RADAR

In den folgenden Kapiteln werden die Banking-Trends in den Bereichen Geschäftsmodelle und -produkte, die Geschäftsprozesse sowie das gesellschaftliche und politische Umfeld erläutert. Anhand von Initiativen etablierter Institute sowie Start-ups wird zudem aufgezeigt, wie sich der Sektor bereits heute wandelt.



BEOBACHTEN

ANALYSIEREN

AGIEREN

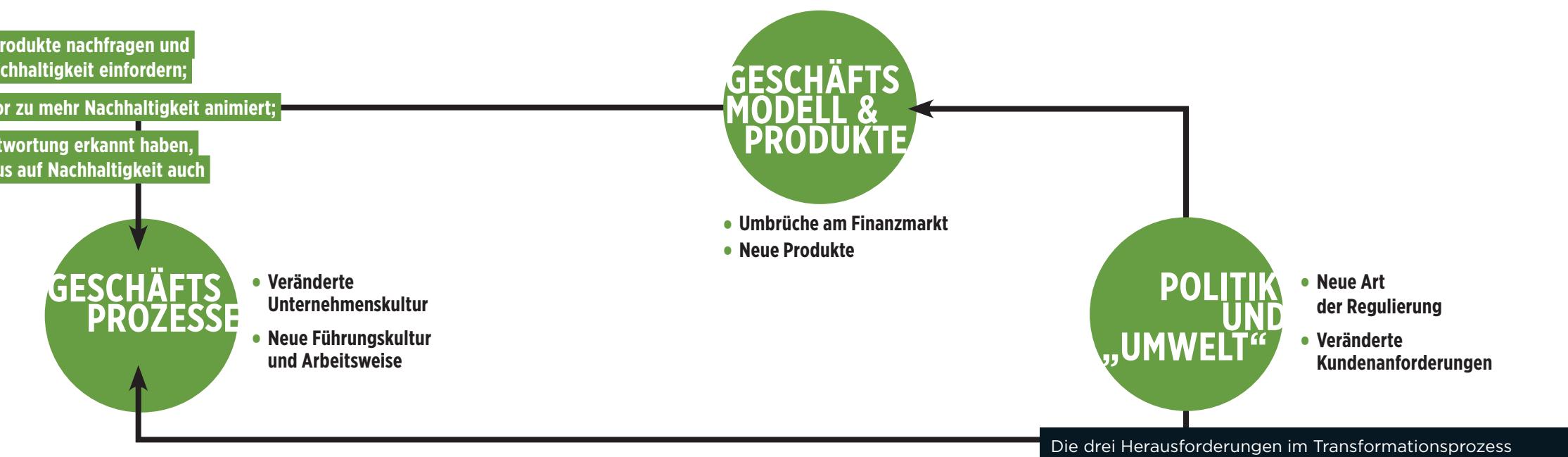
Die etablierten Spieler des Finanzsektors haben schon viele Schritte in Richtung Green Banking unternommen. Die ersten ökologischen Bankhäuser und nachhaltigen Geschäftsmodelle entstanden bereits Mitte der 1970er Jahre. Auch die großen Privatbanken haben spätestens seit Anfang der 2000er Jahre „grüne“ Produkte im Portfolio.

In den letzten fünf Jahren hat aber eine Transformation im Sektor eingesetzt, die als substanzell bezeichnet werden kann. Finanzinstitute im In- und Ausland haben begonnen, die Zahl der nachhaltigen Produkte zu steigern und ihre Prozesse und Handlungsorientierungen zu ändern. Ökologische Kriterien spielen heute zunehmend im Risikomanagement und bei Investitionsentscheidungen eine Rolle. Immer mehr Geldhäuser bekennen sich zu ihrer Verantwortung und stellen ihre internen Prozesse und Strukturen auf Klimaneutralität um.

Die Transformation wird dabei aus drei Richtungen befeuert:

1. Durch die KundInnen, die zunehmend „grüne“ Produkte nachfragen und auch Transparenz der Institute hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit einfordern;
2. Von der Politik, die mit Regulierungen den Sektor zu mehr Nachhaltigkeit animiert;
3. Aus den Häusern selbst, die nicht nur ihre Verantwortung erkannt haben, sondern auch zunehmend realisieren, dass ein Fokus auf Nachhaltigkeit auch zu einem stabileren Geschäftsmodell führt.

Im Folgenden findet sich daher jeweils eine Beschreibung zentraler Trends, ergänzt um das Wirken von Start-ups sowie die bisherigen Maßnahmen etablierter Anbieter in diesen Bereichen.



Start-ups sind in etablierten Branchen und Märkten oft Innovationstreiber. Sie denken „out-of-the-box“, haben weder ein etabliertes Produkt- oder Serviceportfolio noch gewachsene Strukturen. Die Finanzindustrie ist seit Jahren eine relevante Anlaufstelle für Gründer – die Digitalisierung hat einen massiven Entwicklungsschub in diesem Bereich ausgelöst.

Junge Unternehmen haben aber nicht nur technologische Innovationen in die Branche getragen, auch bei Geschäftsmodellen wird teils grundsätzlich neu gedacht. In der Folge wird die internationale Start-up-Landschaft im Bereich Green Banking analysiert. Dabei werden sieben innovative junge Unternehmen exemplarisch vorgestellt, die zeigen, an welchen Schwerpunkten Gründerinnen und Gründer heute im Bereich des nachhaltigen Bankings arbeiten und mit welchen Lösungen sie die Entwicklung der Branche mitgestalten.

Ermittelt wurden diese Start-ups durch eine Auswertung der Start-up-Datenbank Dealroom, die rund 700.000 junge Unternehmen weltweit erfasst. Eine erste Vorselektion erbrachte rund 2.500 Start-ups, die sich den Kategorien Fintech, Banking, Cleantech oder Sustainability zuordnen ließen. Durch eine konditionale Analyse, bei der jedes Start-up mindestens drei der genannten Kategorien aufweisen muss, reduziert sich die Anzahl auf 60. In einem abschließenden Schritt wurden diese qualitativ untersucht und auf solche eingegrenzt, die im Zentrum ihres Geschäftsmodells ökologische und nachhaltige Ziele verfolgen.

METHODIK START-UPS

GESCHÄFTSMODELLE & -PRODUKTE



Die Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen und -produkten ist eine inkrementelle Aufgabe von Unternehmen einer Volkswirtschaft. Mit welchen Produkten können Kundenwünsche gerade bestmöglich befriedigt werden? Wie hebt man sich von der Konkurrenz ab, hält seinen Kundenstamm und gewinnt neue Kundinnen und Kunden hinzu? Mit welchen Geschäftsmodellen kann man in einer sich schnell drehenden Welt - Digitalisierung, Nachhaltigkeitsbewegung, Neuordnung nach der globalen Wirtschaftskrise in Folge der Covid-19-Pandemie - bestehen und sich langfristig positionieren?

Anlagemöglichkeiten

Das Geschäftsmodell „Grüne Finanzierungen“ ist aktuell noch in der Entwicklung, der Markt ist jung und verschiedene Ansätze stehen in den Startlöchern. Doch nachhaltige Geldanlage gewinnt an Bedeutung und hat sich in den vergangenen Jahren zu einem Mainstream-Thema entwickelt:

Institutionelle Investoren und Privatanleger haben das Thema für sich entdeckt.

Dabei gibt es eine Reihe unterschiedlicher Möglichkeiten, wie genau man die Nachhaltigkeit einer Anlage bestimmt.

ESG-Investments

Die Analyse von Nachhaltigkeit auf den drei Ebenen Umwelt (Environment), Soziales (Social) und Unternehmensführung (Governance) ist in den vergangenen Jahren zur bedeutendsten Ableitung des Themas nachhaltige Unternehmensführung und Finanzierung geworden. Das Konzept erlaubt eine holistische Betrachtung, die über reine Umweltthemen hinausgeht. So wird Aspekte wie dem Umgang mit Mitarbeitenden, Partnern, Kundinnen und Kunden oder dem Einsatz für die Zivilgesellschaft eine ebenso große Rolle beigemessen.

Hilft ESG einerseits, die Vielfalt des Konzeptes Nachhaltigkeit abzubilden, macht es andererseits die Beurteilung eines Unternehmens hochkomplex. Wie verhalten sich die ESG-Dimensionen zueinander - kann man das eine mit dem anderen aufwiegen oder müssen Unternehmen in allen Dimensionen gleichermaßen gut abschneiden? Kann ein Ölkonzern durch eine solide, transparente Unternehmensführung und die Förderung sozialer Projekte einen „Makel“ in der Umweltdimension ausgleichen?

Wie beurteilt man ein Bekleidungsunternehmen, das seine Produkte aus recyceltem Material fertigt und keine Primärrohstoffe verwendet - dies aber in Fabriken mit schlechten Arbeitsbedingungen tun lässt? So ist dieser Ansatz regelmäßig dem Vorwurf ausgesetzt, dass die Kriterien weich und nicht selten beliebig gewählt seien.

Zweifellos bedarf es bei der Ausgestaltung der einzelnen Dimensionen individueller Entscheidungen auf Seiten von Anlegern, etwa einen Abgleich mit dem eigenen Kriterienkatalog für Nachhaltigkeit. Ein Fonds mit ESG-Rating bietet nicht per se für jeden Anleger ein Portfolio an Unternehmen, die den eigenen Vorstellungen der Nachhaltigkeit entsprechen.

Es steht außer Frage, dass die ESG-Kriterien einen zentralen Beitrag leisten, nachhaltiges Investieren zu operationalisieren und Anlegern eine Orientierung zu bieten. Gleichzeitig ist die Beurteilung von Nachhaltigkeit so vielschichtig, dass ein Rating in seiner Zusammenstellung immer subjektiv bleiben wird. Anleger müssen sich daher umfassend selbst informieren und sinnvoll beraten werden, welche Kriterien für die Beurteilung von Unternehmen angelegt werden und wie ein ESG-Rating zustande kommt. Nur so können sie die Beurteilung an den eigenen Vorstellungen von Nachhaltigkeit messen und eine bewusste Investitionsentscheidung treffen.

Um eine solche individuelle Gewichtung von ESG-Kriterien vorzunehmen, braucht es aber eine Datengrundlage, die es Außenstehenden erlaubt zu analysieren, wie Unternehmen in verschiedenen Kategorien abschneiden.

Denn der Finanzsektor hat ein zentrales Problem, wenn es um nachhaltige Investitionen geht: Es fehlt oft an Informationen. Viele Unternehmen, die ein potenzielles Anlageziel sein könnten, weisen ihren ökologischen Fußabdruck nicht aus, stellen zentrale Kriterien einer nachhaltigen Unternehmensführung nicht oder nur unzureichend dar. Es entsteht dadurch ein sehr hoher Aufwand für Investoren, die einen nachhaltigen Ansatz vertreten, um diese Informationslücken zu schließen. Oft sind hierfür eine Vielzahl unterschiedlicher Datenquellen nötig. Standardisierte Reports könnten die Suchkosten reduzieren.



„Will ein Unternehmen sich mit dem Thema ESG auseinandersetzen, ist die Mikroebene der einzelnen Geschäftsbereiche nicht ausreichend. Vielmehr sollte es ein Thema für die gesamte Organisation werden.“

Dr. Nikola Glusac,
Partner, Bain & Company

Die Start-ups Accuvio Sustainability Software aus Irland und Myrmex aus Belgien haben genau hier ihr Betätigungsfeld gefunden. Sie stellen jeweils Software-Lösungen für das ESG-basierte Reporting von Unternehmen bereit. Dadurch ermöglichen sie es Unternehmen, ihre Umweltaktivitäten auch in ihren Kennzahlen und Unternehmensreports gegenüber der Öffentlichkeit und - für diesen Zusammenhang besonders wichtig - gegenüber Investoren darzustellen.



WENN ALLE
MENSCHEN SO LEBEN
WÜRDEN WIR IN
WIE
DEUTSCHLAND,
BRÄUCHTEN WIR
3 ERDEN.

Accuvio bietet Unternehmen mehr als 2.000 Emissionsquellen an, die automatisch gemonitort und in Reports integriert werden können. Dies gibt jedem Investor eine schnelle Übersicht über die Nachhaltigkeit eines Unternehmens. Die Quellen umfassen dabei so unterschiedliche Themenfelder wie

- Wasserverbrauch**
- Abfallbehandlung**
- Geschäftsreisen**
- Energiebezug und -verbrauch**
- CO₂-Emissionen**
- Logistik und Lieferketten.**

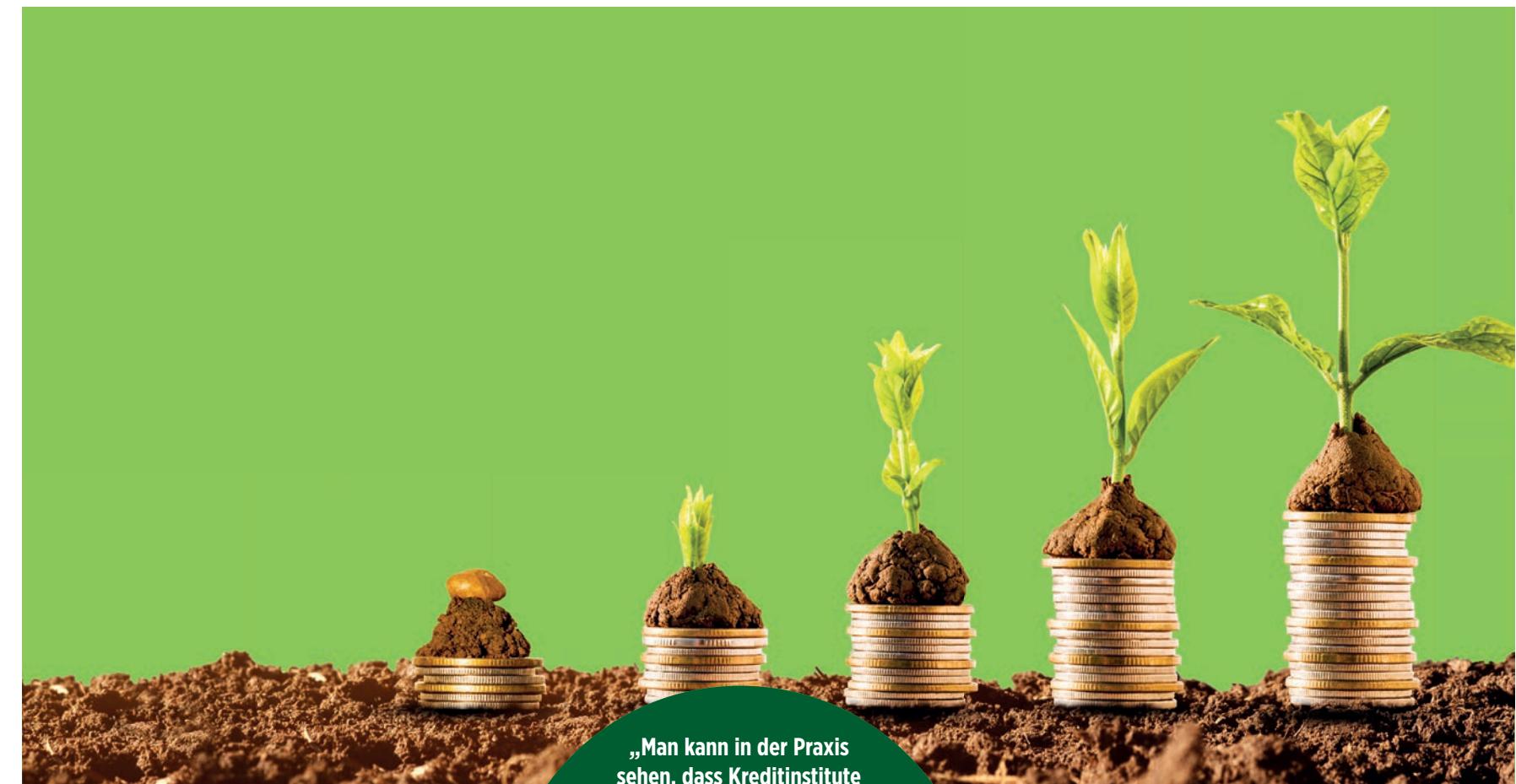
Myrmex bietet mit gut 1.600 Emissionsquellen ein etwas geringeres Reporting-set an als Accuvio. Das Unternehmen zeichnet sich aber durch einen anderen Punkt aus: Es monitort und analysiert, wo und wann in der Wertschöpfungskette Emissionen entstehen. Dadurch legt es die Quellen der Emission offen und listet Zertifikate auf, die die Emission und die Angaben des Unternehmens belegen. Dadurch schafft Myrmex – nach eigener Aussage – eine hohe Datenqualität, die auch vom französischen WWF unterstützt wird.

Ein weiteres Start-up im Bereich des ESG-Monitorings ist MioTech. Das Hongkonger Unternehmen konzentriert sich in seinen Analysen aus mehreren Gründen ausschließlich auf China. Das Land ist der größte Wachstumsmarkt weltweit. Die Umweltverschmutzung hat dabei in vielen Regionen ein gesundheitsgefährdendes Niveau erreicht. Gleichzeitig ist China ein idiosynkratischer und für westliche Investoren abgeschlossener Markt. Sprache, Schrift, Kultur und gewachsene Netzwerke schließen das Land vom Westen ab.

MioTech will dies ändern und den chinesischen Markt zugänglich machen. Das Unternehmen verspricht, 800.000 chinesische Unternehmen zu monitoren und hierfür 120 Datenpunkte zur Verfügung zu stellen. ESG-Risiken sollen durch die Visualisierung von Shareholder-Strukturen, Lieferketten, Investments der Unternehmen und Aufsichtsrats- und Managementstrukturen schnell gefunden werden können. Die 120 Datenpunkte umfassen dabei z.B. Kategorien wie Umweltstrafen, Wasserverbrauch, Umweltausgaben und Biodiversitätsmanagement.

Ergänzt wird die Datenbank durch ein ESG-Nachrichten-Monitoring in Echtzeit. Hierzu nutzt MioTech Algorithmen, die große Textmengen nach Schlüsselwörtern durchsuchen und dadurch schnell relevante Inhalte wie Unternehmen und Beteiligte herausfiltern können.

Alle gesammelten Informationen fließen dann in ein ESG-Rating und einen Index für das jeweilige Unternehmen ein. Das Rating ordnet jedes Unternehmen einer Kategorie zwischen A+ und D zu. Der ESG-Index hilft dabei, die Entwicklung eines jeweiligen Unternehmens nachvollziehen zu können. Hat sich ein Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit verbessert, dann lässt sich diese im Indexgrafen erkennen.



„Man kann in der Praxis sehen, dass Kreditinstitute zunehmend eine Sensibilität dafür entwickeln, wie gut ihre KundInnen auf den Wandel eingestellt sind. In den Fragenkatalogen tauchen zunehmend häufiger Fragen nach der Nachhaltigkeit auf.“

*Karsten Löffler,
Frankfurt School of Finance & Management
(Co-Head des Frankfurt School – UNEP Collaborating Centre for Climate & Sustainable Energy Finance)*

Zentral ist das Thema der ESG-Investments heute auch für etablierte Unternehmen des Finanzbereichs: Die Möglichkeit des Investments nach ESG-Kategorien gehört heute zum Standard-Portfolio der Banken. Wie viele andere Banken auch hat die Deutsche Bank in den letzten Jahren Standards, Prozesse und Produkte im Bereich Klima- und Umweltschutz eingeführt. Dies in ein holistisches Konzept zu gießen, gilt als zentrale strategische Aufgabe für die kommenden Jahre und ist daher Chefsache – Vorstandsvorsitzender Christian Sewing steht auch dem Nachhaltigkeitsrat vor. Und dieses gesamtheitliche Konzept schlägt sich auch im Volumen der geplanten Maßnahmen nieder: Mehr als 200 Milliarden Euro sollen bis zum Jahr 2025 nach ESG-Kriterien investiert werden.

Negatives Screening

Das negative Screening oder auch Ausschlussverfahren gehört im Design zu den simpelsten Produkten der Green Finance. Hierbei werden bestimmte Branchen oder Länder ausgeschlossen, in die nicht investiert werden soll. Dieses Verfahren wird bereits seit langer Zeit von Anlegern genutzt, die einer wertbasierten Anlagestrategie folgen. Traditionell ausgeschlossen werden Bereiche wie die Tabak- und Waffenindustrie, aber auch die Bereiche Glücksspiel, Alkohol und Prostitution. Im Umweltbereich bedeutet das, dass vor allem die Branchen ausgeschlossen werden, die mit einem hohen CO₂-Austoß verbunden sind. Dies lässt sich am Beispiel „Kohle“ illustrieren. Nach Angaben des Forums Nachhaltige Geldanlagen betrug 2018 das Investitionsvolumen mittels negativen Screenings für „Kohle“ in Deutschland 72,8 Milliarden Euro. Ein Jahr zuvor betrug das Investitionsvolumen noch 11,9 Milliarden Euro, was das Wachstumspotenzial dieses Anlageprodukts verdeutlicht.

Ein anderes Ausschlusskriterium für das negative Screening im Bereich Green Finance ist die „Nichtratifizierung von Umweltabkommen“. Hier belief sich das Marktvolumen 2018 in Deutschland auf 42 Milliarden Euro. Dadurch wird ein Investment eines Fonds oder eines Mandats in Länder ausgeschlossen, die von diesem Kriterium betroffen sind.

Nach dem Ausschlussverfahren operiert etwa die BNP Paribas. Besonders interessant ist dabei die Betrachtung der Ausschlusskriterien der französischen Großbank, die sie in der Responsibly Business Conduct



Policy formuliert hat. Diese zeigen eine der zentralen Diskussionslinien im vermeintlich einfachen Konzept des Negativen Screenings – nach welchen Kriterien werden Investitionsziele ausgeschlossen? Im Falle der BNP Paribas sind – aus einer deutschen Perspektive schwierig nachvollziehbar – Investitionen in Atomenergie möglich. Der Umgang mit Atomkraft – kurzfristig saubere Energie steht langfristig dem Umgang mit Atommüll gegenüber – ist eine der vieldiskutierten Fragen des negativen Screenings. Hier setzt sich in den Richtlinien der BNP Paribas die französische Haltung zur Kernkraft durch.

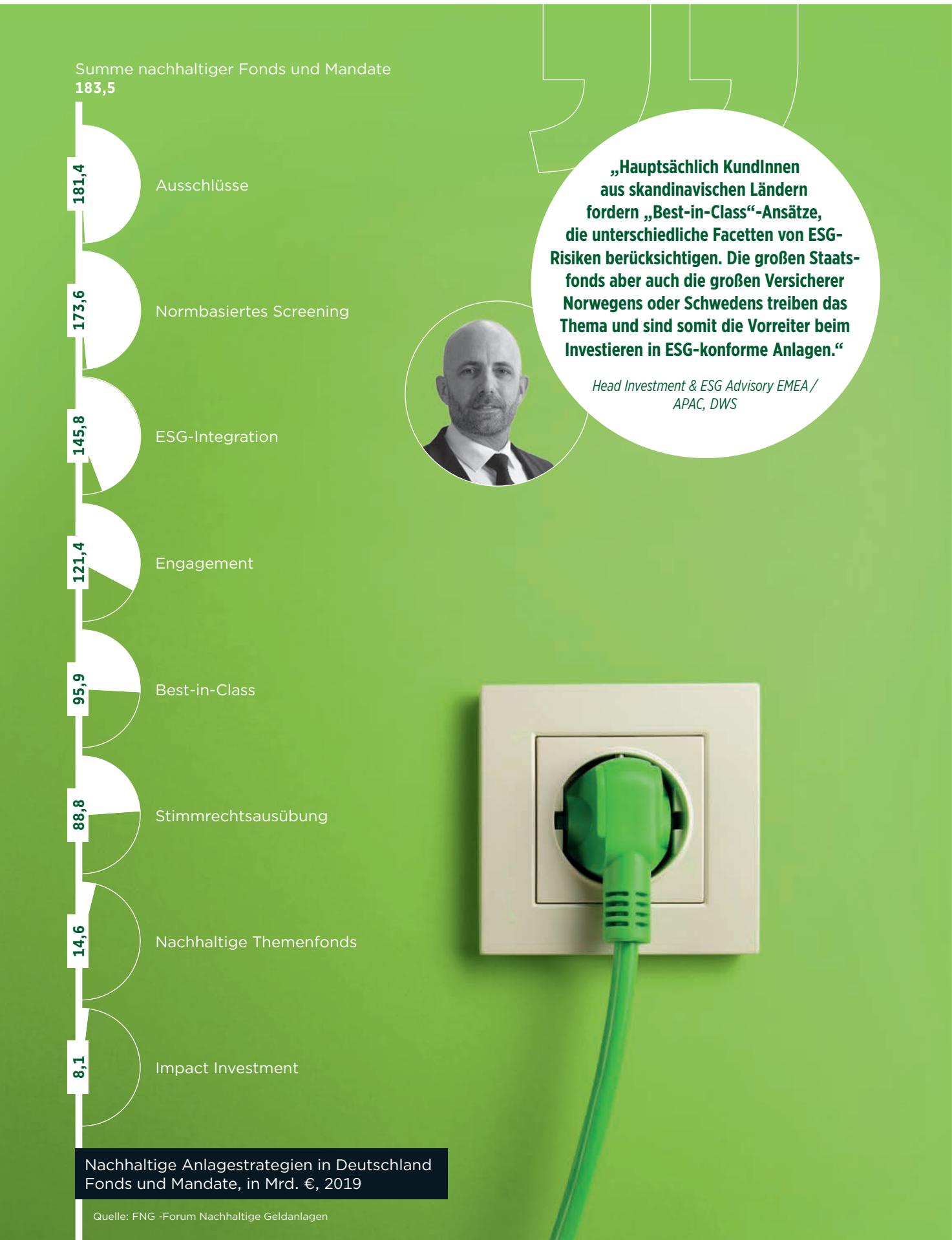
Korruption und Bestechung
Arbeitsrechtsverletzungen
Umweltzerstörung
Menschenrechtsverletzungen
Kohle
Waffen und Rüstung
Kernenergie
Tabak
Glückspiel
Pornografie

Die Top Ten der Ausschlusskriterien*
in Deutschland 2019

* Die bei nachhaltigen Fonds und Mandaten Anwendung finden
Quelle: FNG -Forum Nachhaltige Geldanlagen

Das negative Screening wird vor allem aus Gründen eines Deinvestments genutzt: Indem man bestimmten Branchen, Unternehmen oder auch Regionen signifikant Kapital entzieht, kann davon ein starker Antrieb ausgehen, Geschäftsmodelle umzustellen oder durch die Lenkung von Finanzströmen „grünen“ Branchen einen Schub zu geben. Gleichzeitig wird dem Ansatz von Kritikern vorgeworfen, dass er ausgeschlossenen Unternehmen oder Branchen die finanzielle Grundlage für ökologische Entwicklungen entzieht.

Die spanische Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) etwa setzt das negative Screening explizit ein, um ein zunehmendes Deinvestment durchzusetzen: Finanzielle Mittel werden aus Branchen abgezogen, die als nicht nachhaltig gelten. Damit ist die BBVA eine der wenigen Großbanken, die heute schon mehr in nachhaltige Unternehmen investieren als in nicht-nachhaltige.



Best-in-Class Investments

Mit der Best-in-Class-Strategie wird nur in die „Besten einer Branche“ hinsichtlich eines bestimmten Kriteriums investiert. Beim Green Banking sind das vor allem Nachhaltigkeitsindikatoren, die von speziellen Ratingagenturen bereitgestellt werden. Dies bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass die ausgewählten Firmen besonders nachhaltig sein müssen; sie müssen engagierter sein als ihre Konkurrenz. Anders als beim negativen Screening erfolgt hier kein Ausschluss ganzer Branchen. Vielmehr geht es um eine Art des positiven Screenings.

Wer jedoch zu „den Besten“ einer jeweiligen Branche gehört, ist individuell vom jeweiligen Investor festlegbar. So kauft beispielsweise die KfW nur Anleihen von Emittenten, deren Nachhaltigkeitsrating zu den 50 Prozent Besten des jeweiligen Sektors gehört.

Während KritikerInnen des Best-in-Class-Ansatzes bemängeln, dass mit diesem Ansatz unter dem Label des nachhaltigen Investments auch in Branchen mit sehr hohen Emissionen investiert wird, führen BefürworterInnen ins Feld, dass man dadurch auch in diesen Branchen innovative Ansätze fördert – und die Sparpotenziale dabei sehr hoch sein können.

Auf solche Transformationsprozesse setzt etwa die niederländische Großbank ING: Ihr Team für Sustainable Finance ermittelt nicht nur Anlagermöglichkeiten. Es versteht sich auch als Partner für KundInnen, die ihr eigenes Geschäftsmodell nachhaltiger machen wollen oder bereits einen „sustainability track record“ aufweisen, mit Ressourcenknappheit konfrontiert sind und nachhaltige Projekte zum Beispiel im Bereich Erneuerbare Energien, nachhaltige Gebäude, Abfall- und Wassermanagement finanzieren oder initiieren wollen.

Nachhaltige Themenfonds

Bei nachhaltigen Themenfonds werden Unternehmen oder Vorhaben ausgewählt, die in einer als nachhaltig eingeschätzten Branche tätig sind. Meist erfolgt dies auch durch spezialisierte Ratingagenturen. Diese Themenfonds richten sich an verschiedene Ausgestaltungen von Nachhaltigkeit aus, in bestehenden Fonds finden sich etwa Aktien von Unternehmen, die Klimaschutztechnologie entwickeln oder auch Stromerzeuger, die ausschließlich erneuerbare Energien zur Stromproduktion verwenden, Anbieter nachhaltiger Mobilitätslösungen, solche aus dem Segment des ökologischen Bauens oder auch Anbieter ökologischer Nahrungsmittellösungen.

Die bedeutendste Kategorie bei nachhaltigen Themenfonds sind die Erneuerbare-Energie-Renten oder Aktienfonds.

Impact Investment

Das Impact Investment schließt an den Ansatz der nachhaltigen Themenfonds an, geht aber noch darüber hinaus.

Unter Impact Investment – auf Deutsch etwa wirkungsorientiertes Investieren – versteht man Investitionen mit der konkreten Absicht, zusätzlich zu einer finanziellen Rendite auch eine (messbare) soziale, ethische bzw. gesellschaftliche Rendite zu erzielen. Der entscheidende Unterschied zum allgemeinen nachhaltigen Investieren ist die explizite Festlegung von konkreten Zielen, die Messung der Zielerreichung sowie die regelmäßige und nachvollziehbare Berichterstattung hierüber.

In den vergangenen Jahren ist das Thema Impact Investment zunehmend in den Fokus internationaler Großbanken gerückt. Exemplarisch hat etwa die Deutsche Bank mit dem Impact Investment Funds I Ende 2011 einen Dachfonds in London aufgelegt. Ziel ist die Unterstützung von Sozialunternehmen über den privaten Sektor, wodurch diese unabhängig von Fördergeldern öffentlicher Stellen arbeiten können. Auch im Bereich internationaler Mikrokredite, Kleinstkredite, die besonders in wirtschaftlich schwachen Regionen eine wichtige Rolle für unternehmerische Tätigkeiten spielen, hat sich die Deutsche Bank früh etabliert. Im Jahr 1997 war die Deutsche Bank die erste globale Bank, die einen Mikrofinanzfonds auflegte. 2005 war die Bank am Global Commercial Microfinance Consortium beteiligt, womit das zu der Zeit stark aufkommende Thema sowohl für institutionelle als auch private Anlegerinnen und Anleger greifbar wurde.

Als „Erfinder“ der Mikrokredite wird oft der Nationalökonom und Friedensnobelpreisträger aus dem Jahr 2006 Muhammad Yunus aus Bangladesch genannt, doch der Ansatz, kleine Kapitalbeträge an Mittel- und Besitzlose zu verleihen mit dem Ziel, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten, geht bis ins 15. Jahrhundert zurück. Neben der Vergabe von Mikrokrediten zählen auch Mikroversicherungen, Spareinlagen und Möglichkeiten zum Kapitaltransfer zu der diversifizierten Angebotspalette der Mikrofinanzierung.

Die niederländische Großbank ING etwa geht einen vergleichbaren Weg durch das gezielte Investments in Start-ups und junge GründerInnen, deren Produkte einen nachweislichen ökologischen „Impact“ in ihrer jeweiligen Branche erzeugen.

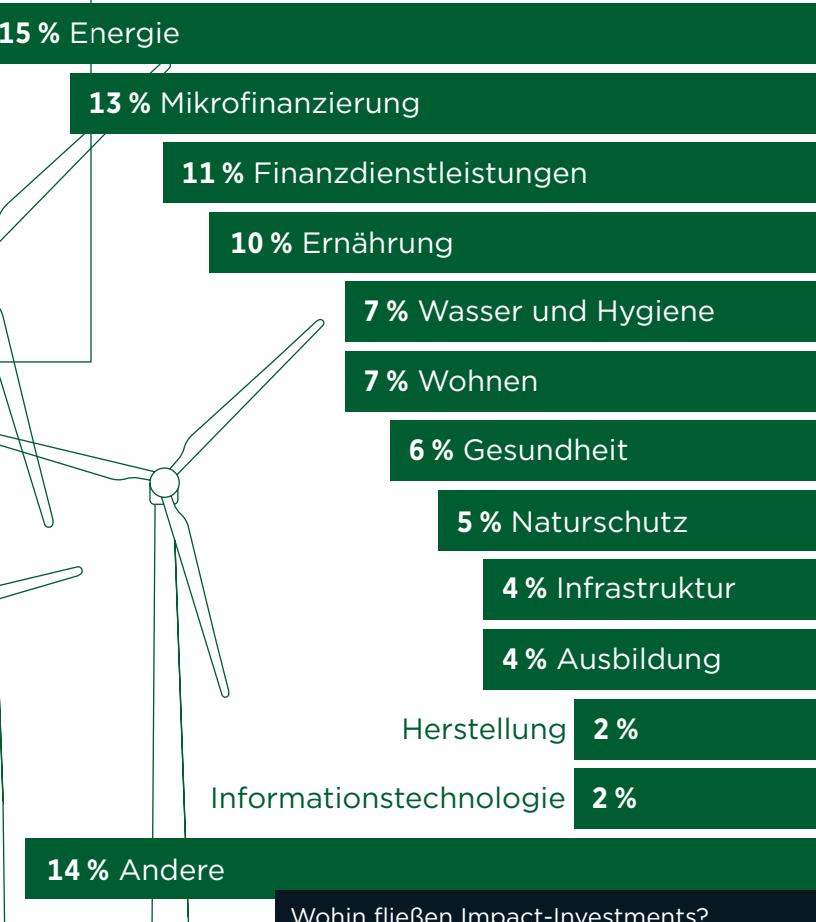
Das Impact Investment ist damit zwischen dem konventionellen renditeorientierten Investment und der klassischen Spende angesiedelt. Dabei kommt der Investitionsklasse eine zunehmend wichtige Rolle für soziale Belange zu: Im Jahr 2019 flossen 228 Milliarden Dollar weltweit in wirkungsorientierte Investments, womit das Volumen von öffentlichen Geldern für die Entwicklungszusammenarbeit um mehr als die Hälfte überschritten wurde.



Das Team von „Impact 4 Real“ möchte direkten Einfluss auf den Finanzmarkt nehmen: Und zwar darauf, wer wie investiert. Umfragen der Zurich Research aus dem Jahr 2019 zeigen, dass 75 Prozent der 18- bis 35-Jährigen in Deutschland ein nachhaltiges Investment einem nicht-nachhaltigen vorziehen würden – doch gibt es einige Unsicherheiten, in Bezug auf die Rendite etwa. Andere haben Sorge, den Finanzmarkt nicht ausreichend zu verstehen, oder glauben, über zu wenig finanzielle Mittel zu verfügen, um überhaupt zu investieren. „Impact 4 Real“ soll als Plattform dienen, um über nachhaltige Investments sowohl zu informieren als auch bei der Suche nach geeigneten Projekten zu helfen. Zugrunde liegt die folgende Annahme: Zu wenige,

die helfen könnten, bringen sich in die großen Herausforderungen der Zukunft ein, seien es soziale Missstände oder Umweltprobleme. „Jeder sollte sich kompetent fühlen, den Finanzmarkt zu nutzen“, sagte Francisco De Negri aus dem Team „Impact 4 Real“ zur Grundlage der Idee. Es braucht mehr Aufklärung über nachhaltige Investments.

Das trifft einen Nerv. Banken spüren, dass das Interesse ihrer KundInnen zunehmend von einem grünen Geist geprägt ist. Und nicht nur das: Die Vereinten Nationen haben mit den „Sustainable Development Goals“ 2015 in sechs Oberthemen Ziele formuliert, die Armut weltweit beenden und die Erde schützen sollen. Aber die zu erreichen kostet viel Geld. Der Sustainable Development Report 2019 zeigt, dass für die Erreichung der Ziele bis 2030 zwei bis drei Prozent des Weltbruttonprodukte nötig sind. Dazu braucht es auch private Investitionen.



Green M&A-Aktivitäten

Die Begleitung von M&A-Aktivitäten ist ein klassisches Tätigkeitsfeld von Banken – und auch hier rücken „grüne“ Themen zunehmend in den Fokus. Banken, die für Zusammenschlüsse nicht nur Kapital bereitstellen, sondern den Prozess auch begleiten, nehmen das Thema Nachhaltigkeit dabei zunehmend in Bewertungskataloge mit auf.

Denkbar sind „grüne M&As“ in allen Branchen, deren Geschäftsmodell vor einer besonders großen Transformation im Zuge des Klima- und Umweltschutzes steht. Unternehmen können sich durch Übernahmen Fähigkeiten und Technologien ins eigene Unternehmen holen, die sie für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung benötigen. Diese explizit auf nachhaltige Ziele ausgerichteten Zusammenschlüsse sind aber nur ein Teil der Bedeutung, die Green M&A zukünftig haben wird. Denn mit der wachsenden Bedeutung ökologischer Fragestellungen werden diese zu einem elementaren Teil von Unternehmensbewertungen – und das Fehlen einer Nachhaltigkeitsstrategie zu einem relevanten Geschäftsrisiko. So wird das Thema auch zunehmend relevant im Bereich von Due-Diligence-Prüfungen.

Produkte

Wie genau die Produkte der Zukunft im Bankbereich aussehen werden, die einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit leisten können, ist aktuell noch offen. Klar scheint aber, dass wertbasierte Faktoren zukünftig eine selbstverständliche Ergänzung klassischer finanzwirtschaftlicher Faktoren sein werden.

Green Bonds

Im Bereich grüne Kreditfinanzierung finden Green Bonds zunehmend Verbreitung. Analog zum Impact Investment werden bei Green Bonds vor Begebung der Anleihe Ziele und Vorhaben, die für die aufgenommenen Mittel eingesetzt werden sollen, festgelegt. Möglich sind beispielsweise Investitionen in Verschmutzungsprävention oder in ein nachhaltiges Wassermanagement. Ferner ist in den freiwilligen Leitlinien der Green Bonds Principles definiert, dass Emittenten von grünen Anleihen die Evaluation der jeweiligen Projekte offenlegen müssen, die Erlöse aus den finanzierten Projekten separat ausweisen und sich einer externen Prüfung unterziehen sollten. Differenziert wird dabei zwischen vier verschiedenen Green Bonds (siehe Kasten).

Der Markt für Green Bonds gilt in Deutschland als relativ fortgeschritten. Nach Recherchen der KfW-Bank wurden 2019 knapp 18 Milliarden Euro über Green Bonds in Deutschland neu aufgenommen.

„In den letzten Jahren haben wir sehr viel über Vermeidung von Risiken gesprochen. Was aber immer prominenter wird, sind die Opportunitäten und Investmentchancen, die mit dem Thema Nachhaltigkeit verbunden sind.“

Paul Buchwitz,
Portfolio-Manager, DWS



Standard Green Use of Proceeds Bond

eine standardmäßige Schuldverschreibung, die eine Forderung dem Emittenten gegenüber begründet und an den GBP ausgerichtet ist.

Green Revenue Bond

entspricht einem klassischen Bond und ist eine an den GBP ausgerichtete Schuldverschreibung ohne Anspruch gegenüber dem Emittenten, bei der die Zahlungsströme in Form von Umsätzen, Provisionen, Steuern etc. das Kreditrisiko darstellen und deren Emissionserlöse in verwandte oder unverwandte grüne Projekte fließen.

Green Project Bond

eine den GBP folgende Projektanleihe für ein oder mehrere grüne Projekte, bei der der Investor direkt den Projektrisiken ausgesetzt ist und die mit oder ohne Forderung gegenüber dem Emittenten ausgestaltet sein kann.

Green Securitised Bond

eine GBP-konforme Schuldverschreibung, die durch ein oder mehrere grüne Projekte besichert ist. Zu dieser Kategorie zählen Pfandbriefe, ABS, MBS oder andere Strukturen. Generell sind die Zahlungsströme aus den Vermögenswerten die erste Rückzahlungsquelle.

Quelle: Bundesbank



Der Energiesektor ist einer der größten Emittenten von klimaschädlichen Gasen wie CO₂. Deshalb hat die Energiewende sowohl in Deutschland als auch in vielen anderen Ländern weltweit eine hohe Priorität. Die Commerzbank hat sich bereits früh auf die Finanzierung von erneuerbaren Energien konzentriert.

Um ihre Position im Bereich der erneuerbaren Energien zu festigen und ihren Ausbau zu stärken, gründete die Commerzbank 2003 das Competence Center Energy in Hamburg. Ein weiteres Büro besteht mittlerweile in New York. Insgesamt arbeiten 50 Personen in den beiden Büros des Centers. Sie analysieren die Entwicklungen im Bereich der regenerativen Energien, strukturieren Produkte und bieten ihren Firmenkunden alle Leistungen einer Vollbank an. Besonders hervorzuheben ist die „bilaterale und syndizierte Projektfinanzierung“ von Solar- und Windparks (On-/Offshore).

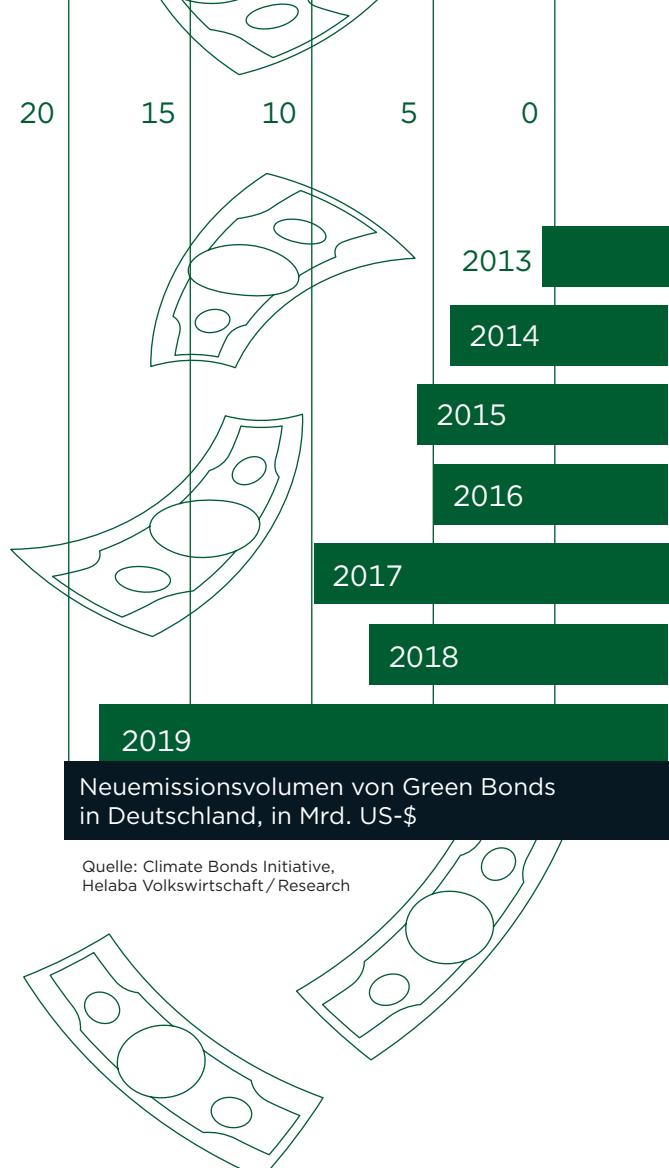
Hier hat sich die Commerzbank als Ansprech- und Projektpartner etabliert. Im Jahr 2018 hatte das Center ein Volumen von rund 4,5 Milliarden Euro an Projektkrediten und rund 0,7 Milliarden Euro an Unternehmenskrediten ausgegeben. Damit finanzierte die Commerzbank bis zum Jahr 2018 rund 15 Prozent der Windkapazität in Deutschland, nämlich 4.600 der 30.500 Windanlagen. Weitere wichtige Märkte liegen in Westeuropa und Nordamerika.

Sustainability-Linked Loans

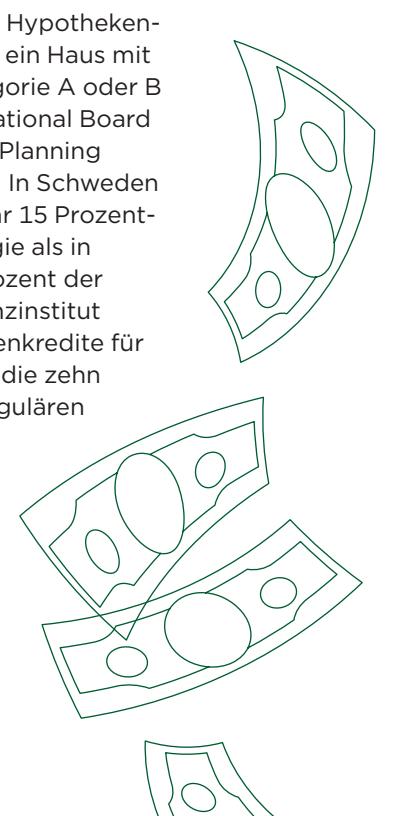
Noch relativ neu auf dem Markt für grüne Kreditfinanzierung sind dagegen sogenannte Sustainability-Linked Loans. Anders als bei Green Bonds wird der Emittent über eine höhere Zinszahlung „bestraft“, wenn nicht bestimmte nachhaltige Ziele erreicht werden. Diese Form ermöglicht einen fließenden Übergang zwischen herkömmlicher und grüner Kreditfinanzierung, da die grünen Ziele in Form eines Strafzinses vergleichsweise leicht in einen Kreditvertrag übernommen werden können. Außerdem kann sich der Kreditnehmer eine gewisse Flexibilität bewahren, da er „nur“ einen etwas höheren Preis für den Kredit bezahlen muss, wenn er bestimmte Nachhaltigkeitsziele nicht einhält.

Einer Analyse des WWF aus dem März 2020 zufolge steht dieses Produkt in Deutschland noch in den Startlöchern, Großbanken wie die Deutsche Bank und die Commerzbank haben aber bereits Lösungen im Portfolio und es ist mit einer hohen Marktdynamik zu rechnen.

Die schwedische Skandinaviska Enskilda Banken (SEB) bedient mit einem vergleichbaren Ansatz eine Kundengruppe, deren Relevanz für den Klimaschutz nicht selten unterschätzt wird: Hauseigentümer. Der Wärmemarkt und das Heizen verbrauchen in Deutschland rund 25 Prozent der jährlichen Primärenergie. Öl- und Gasheizungen sind noch in vielen Haushalten vorhanden. Damit kommt Gebäuden eine wichtige Rolle im Klimaschutz zu. Niedrigenergiehäuser mit modernen Dämmungen senken nämlich den CO₂-Ausstoß.



Die SEB vergibt seit 2018 Hypothekenkredite an Bauherren, die ein Haus mit der Energieeffizienzkategorie A oder B errichten. Das Sweden National Board of Housing, Building and Planning vergibt die Bewertungen. In Schweden verbrauchen Häuser sogar 15 Prozentpunkte mehr Primärenergie als in Deutschland – also 40 Prozent der Gesamtmenge. Das Finanzinstitut bietet deshalb Hypothekenkredite für energieeffiziente Häuser, die zehn Basispunkte unter den regulären Krediten liegen.



Ein nachhaltiger Lebensmitteleinkauf kann ziemlich kompliziert sein: Produkte können ökologisch nachhaltig produziert oder verpackt sein, sie können fair gehandelt und von fair bezahlten Arbeitern produziert sein. Ebenso können Produkte aus biologischem oder regionalem Anbau stammen oder saisonal angeboten werden – und für jede dieser Kategorien gibt es unterschiedliche Label und Siegel, die diese Qualitäten bescheinigen.

Das Team „Your Choice“ hat mit einem Scoring-System für nachhaltige Lebensmittelkäufe genau an dieser Schnittstelle vieler Informationsdimensionen und -quellen angesetzt und bietet zudem einen Anreiz für KonsumentInnen, auch wirklich nachhaltig einzukaufen.

Konkret sieht das so aus: Die Studierenden haben eine App entwickelt, in der User ihre Nachhaltigkeitspräfe-

renzen eingeben: Welche Dimensionen liegen ihnen besonders am Herzen, worauf möchten sie beim Einkauf besonderen Wert legen. Basierend auf der Bewertung durch bestehende Zertifikate und Label wird eine hinterlegte Produktpalette bewertet. NutzerInnen können vor ihrem Einkauf eine Einkaufsliste erstellen und bekommen angezeigt, welche Produktalternative auf Basis ihrer Präferenzen die passende Wahl ist und wo sie diese erhalten.

Damit der Wunsch, nachhaltig zu konsumieren, auch wirklich umgesetzt wird, liegt der Lösung ein Anreizsystem zu Grunde. Nach dem Einkauf wird der Bon per Smartphone gescannt – und für ökologische und soziale Einkäufe werden Punkte dem eigenen Nachhaltigkeitskonto gutgeschrieben und können etwa für Vergünstigungen bei Partnerhändlern eingesetzt werden.



Nachhaltige Banken

Die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten ist Ausdruck eines tiefgreifenden Wandels unserer Gesellschaft. Neben Finanzdienstleistern, die nachhaltige Investments anbieten, haben sich inzwischen auch Banken auf dem Markt etabliert, die vollständig und ausschließlich nachhaltig agieren. Beispiele sind die Triodos Bank, die Umweltbank, die Ethikbank und die GLS Bank.

Während viele Banken in den letzten Jahren Nachhaltigkeitseinheiten aufgebaut, „grüne“ Produkte entwickelt und Nachhaltigkeitsstandards formuliert haben, setzen die Pioniere des Green Banking bereits seit den 1970er Jahren auf Nachhaltigkeit als Geschäftskern.



SIND GRÜNE INVESTIMENTE WENIGER PROFITABEL?

Die Ausrichtung auf Nachhaltigkeits- und nicht auf Finanzkennzahlen beschränkt die Handlungsmöglichkeiten des Investors. Dadurch ergeben sich Konzentrationsrisiken, die die Rendite negativ beeinflussen können. Der ökonomischen Theorie zufolge sollte daher auch die Rendite von nachhaltigen Investitionen geringer als in nicht-nachhaltige Investments ausfallen (Nachhaltigkeitsprämie).

Wie die Bundesbank in einem 2019 veröffentlichten Monatsbericht analysiert, kann es aber auch sein, dass bisher vernachlässigte Risiken (wie beispielsweise Klimarisiken) durch die Verwendung

von Nachhaltigkeitsfaktoren beim Investment stärker berücksichtigt werden und damit sogar positiv auf die Renditeentwicklung des Investments wirken.

Exemplarisch vergleicht die Bundesbank die Kursentwicklung eines nachhaltigen und eines nicht-nachhaltigen Aktienfonds miteinander. Sie kommt zu dem Schluss, dass die Investition in nachhaltige Unternehmen für Anleger finanziell attraktiv sein kann, zumindest aber nicht nachteilig sein muss.



Quelle: Bloomberg, eigene Berechnung

Die Gemeinschaftsbank für Leihen und Schenken (GLS Bank) ist eine deutsche Genossenschaftsbank, die sich auch als „erste sozial-ökologische Bank der Welt“ bezeichnet.

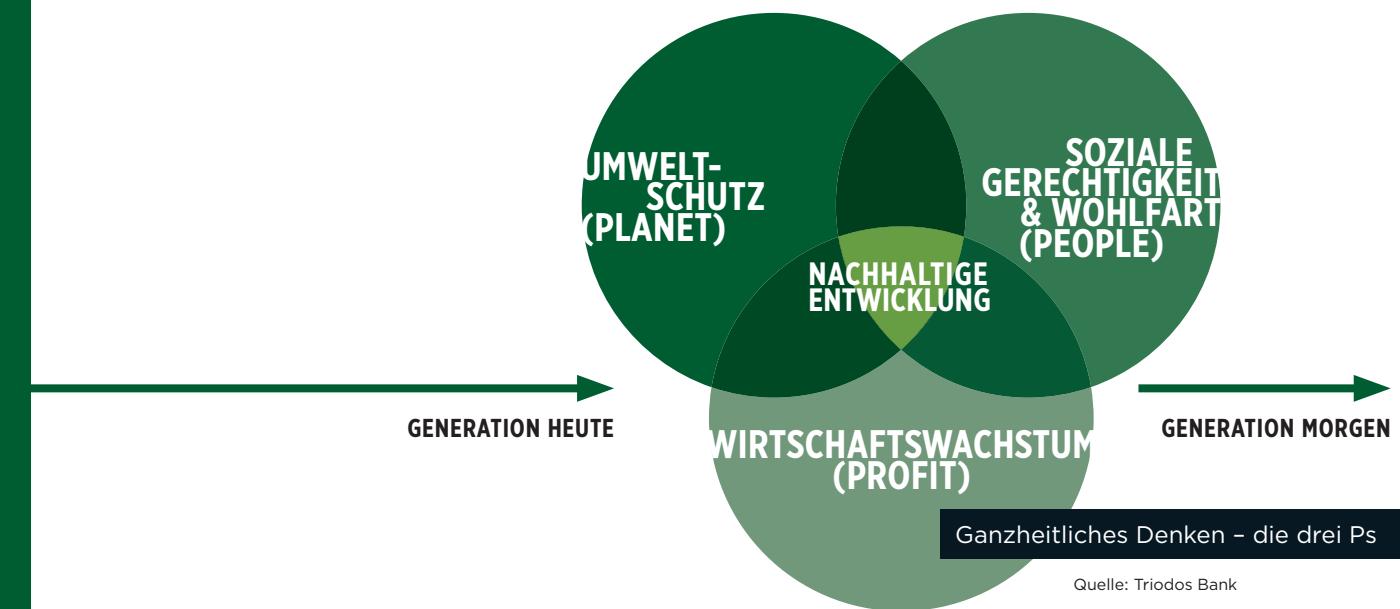
Woran orientiert sich die GLS Bank aber in ihrem Kerngeschäft? Als Vollbank ist die GLS nach eigenen Angaben in allen wesentlichen Geschäftsbereichen wie dem Angebot von „Girokonten für Privat- und Firmenkunden, Zahlungsverkehr, Bank- und Kreditkarten, klassische Bankeinlagen und Wertpapierdepots, Finanzierungen und Bankavale sowie eine umfassende Beratung rund um alle sozial-ökologischen Bankangebote aktiv.“ Daneben beteiligt sich die Bank über ihre Aktiengesellschaft und Treuhänder an verschiedenen Projekten und Unternehmen im Bereich des Schenkens und Stiftens.

In ihren Aktivitäten setzt die Bank sich dabei immer für eine nachhaltige Ökologie ein. Ihre Investmentstrategie richtet sich folglich in erster Linie an ideellen Werten und erst danach an der ökonomischen Nutzenmaximierung aus. Dabei fasst sie den Begriff Ökologie selbst sehr weit und versteht darunter die Förderung „einer das Leben fördernden Einheit von Mensch und Natur.“ Als zentrale Handlungsfelder hat sich die Bank auf erneuer-

bare Energien, Ernährung, nachhaltige Wirtschaft, Wohnen, Bildung und Kultur sowie Soziales und Gesundheit festgelegt.

Sechs Jahre nach der GLS Bank gründete sich die Triodos Bank in den Niederlanden. Insgesamt teilen beide Bankhäuser einige Gemeinsamkeiten. Die Triodos Bank beschreibt ihr Geschäftsmodell als einen Dreiklang aus Kapital-Inputs, den Triodos-Aktivitäten und wertorientierten Outputs.

In einem wesentlichen Aspekt unterscheiden sich die beiden Banken aber. Während die GLS Bank ausschließlich in Deutschland aktiv ist, hat die Triodos Bank Niederlassungen in den Niederlanden, Belgien, Deutschland, Spanien und dem Vereinigten Königreich. Auch wenn es bereits ein gutes Dutzend nachhaltiger Banken in Deutschland gibt, sind diese aktuell noch stark in der Minderheit und bilden eine – zweifellos wachsende – Nische in der Bankenlandschaft. So konnte die Triodos Bank ihre Bilanzsumme in den vergangenen zehn Jahren auf über zwölf Milliarden Euro vervierfachen, die GLS Bank liegt mit einer Bilanzsumme von rund sechs Milliarden Euro bei knapp der Hälfte. Die gemeinsame Bilanzsumme liegt aber trotz des massiven Wachstums bei nicht einmal





Der ökologische Fußabdruck gibt an, wie viele Hektar Wald, Weideland, Ackerland und Meeresfläche nötig sind, um die verbrauchten Ressourcen zu erneuern und die entstandenen Abfallprodukte zu absorbieren. Er ermöglicht dadurch einen Vergleich der Auswirkungen unseres momentanen Konsums mit den zu Verfügung stehenden Ressourcen der Erde.

einem Prozent der Summe der Werte, die die zwei deutschen Großbanken Deutsche Bank und Commerzbank aufweisen. So erfahren vollständig nachhaltige Banken zwar ein deutlich steigendes Interesse, sind aber bisher noch nicht im Mainstream der Branche angekommen.

An Ansätzen des vollständig nachhaltigen Bankings orientiert sich auch das Start-up Tomorrow und bietet ein mobiles und nachhaltiges Bankkonto an. Der Mobile-Account des Hamburger Unternehmens ermöglicht es über mehrere Mechanismen, den eigenen CO₂-Fußabdruck zu reduzieren und in nachhaltige Projekte zu investieren. Folgende drei Mechanismen liegen dem Ansatz zugrunde:

Die Bankeinlagen der KundInnen und Kunden werden in nachhaltige Projekte investiert. Dabei geht es einerseits um Deinvestment: Wer bei Tomorrow ein Konto eröffnet, entzieht damit Anlagen in nicht-nachhaltige Unternehmen Kapital. Andererseits nutzt das Start-up das eingesammelte Geld und investiert es in Klimaschutzprojekte, vergibt Mikrokredite und bringt es in „Green Bonds“ der Förderbank NRW ein, die sich an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen orientieren.

Ein Premiumkonto ermöglicht es zudem, den eigenen CO₂-Fußabdruck zu reduzieren. 15 Euro im Monat kostet das Konto. Tomorrow gibt dabei an, die Einnahmen in „grüne“ Projekte in Entwicklungsländern zu investieren. Jeden Monat sollen Kundinnen und Kunden so eine Tonne CO₂ einsparen. Bei einem durchschnittlichen Jahresverbrauch von 11,3 Tonnen CO₂ je Bundesbürger spart das Konto sogar noch Emissionen ein. Die finanziellen Mittel fließen in drei Projekte in Vietnam, Uganda und Peru.

„Papierlose Prozesse wirken sich nicht nur positiv auf das Thema Nachhaltigkeit aus, sondern führen auch zu einer besseren Kundenerfahrung und reduzierten Kosten.“

Dr. Nikola Glusac,
Partner, Bain & Company



Ein weiterer Mechanismus, über den das Start-up mehr Nachhaltigkeit fördert, ist die multilaterale Austauschgebühr. Diese Gebühr zahlt ein Verkäufer, wenn etwas mit einer EC-Karte bezahlt wird. Es handelt sich in der Regel um 0,2 Prozent der Kaufsumme, um damit die Transaktion zu finanzieren. Tomorrow verspricht, dass 0,13 Prozent der Gebühr in Projekte zum Schutz des Regenwaldes in Brasilien fließen.

Neben den vielfältigen Kanälen, über die Banking nachhaltiges Wirtschaften fördern kann, hat die Entwicklung von Tomorrow aber auch die Probleme aufgezeigt. Ende 2019 geriet das junge Unternehmen in die Kritik, da nur ein Bruchteil der Kundeneinlagen tatsächlich in nachhaltige Investitionen geflossen sei.

Customer Lifecycle Management

Das optimierte und persönliche Kundenerlebnis stellt in den kommenden fünf Jahren eines der zentralen Themen im Bankensektor dar, sowohl für den Privat- als auch den Firmenkundenbereich. Big-Data-Analysen und Künstliche Intelligenz ermöglichen Banken, das Verhalten und die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden besser zu verstehen, das Erlebnis der Kundinnen und Kunden zu personalisieren und eine ganzheitliche Kundensicht einzunehmen, die den vollständigen Kundenlebenszyklus abbildet. Banken bietet dies beispielsweise die Möglichkeit, sich durch einen passgenauen Kundenservice von den Wettbewerbern abzuheben. Dies ist umso wichtiger, als die Anforderungen der Kundinnen und Kunden im Zeitalter der Digitalisierung und der stetig wachsenden Anzahl an Kontaktkanälen enorm gestiegen sind. Ziel dieser „Beyond Banking“-Ansätze ist es daher, die klassische Produktsicht zu verlassen, Kundenbedürfnisse holistisch zu erfassen und so in Bereichen zu bedienen, in denen Banken bisher maximal als Zahlungsdienstleister im Hintergrund aktiv waren.

Millennials erwarten ein hohes Maß an Personalisierung; die Big Techs Google, Amazon, Facebook und Alibaba haben das Erlebnis der kontinuierlichen Interaktion auf ein neues Level gehoben. Die Bank von morgen muss nicht nur ihre Produkte und Dienstleistungen personalisieren, sondern auch die Kundenerlebnisse. Für Banken bedeutet dies auch, dass sie ihre digitalen Angebote mithilfe einer benutzerfreundlichen Oberfläche in einem umfassenden End-to-end-Service aufbereiten sowie ihre Dienste und Services über Multichannel anbieten, d.h. über unterschiedliche Medien und Zugriffspunkte. Hierzu benötigen Banken eine Infrastruktur, über die sie bei allen Vorgängen über alle angebotenen Kanäle auf die identischen und jeweils relevanten Kundeninformationen zugreifen können. Banking-Plattformen bieten die Grundlage für Omnichannel-Banking.



„Unsere KundInnen schauen nicht nur auf die Rendite. Sie wollen auch wissen, wofür ihr Geld eingesetzt wird.“

Philipp Gossow,
Leiter Privatkundengeschäft
der Deutschen Bank in Deutschland

Die Rolle der Mobilität gilt als zentraler Baustein, ökologische Ziele zu erreichen. Diskutiert wird dabei eine Vielzahl von Optionen wie die Förderung von alternativen Antrieben oder die Incentivierung eines veränderten Mobilitätsmix – weniger Individualverkehr, mehr Sharingmodelle.

Ein Aspekt, der in dieser Diskussion meist eine untergeordnete Rolle einnimmt, ist das Fahrverhalten. „Bis zu 30 Prozent Kraftstoff und 40 Prozent der CO₂-Emissionen können mit einer ressourcenschonenden Fahrweise eingespart werden“, sagt Markus Kupfer vom Team Drive'n'Save. Um eine möglichst emissionsarme Fahrweise zu unterstützen, haben moderne Autos heute schon Feedbackprogramme, die FahrerInnen ihre Fahrweise spiegeln und Verbesserungshinweise geben. Doch dieses Feedback muss auch umgesetzt werden.

Hier setzt die Lösung von Drive'n'Save an. Eine Smartphone-App trackt das Eco-Feedback des Autos und übersetzt es in für die NutzerInnen fassbare Werte, sprich: Wie viel Geld wird durch

eine kraftstoffsparende Fahrweise gespart? Der Aufbau eines monetären Budgets motiviert NutzerInnen, ihr Verhalten anzupassen. Und genau hier wird die Anwendung auch für Banken spannend. Denn das eingesparte Budget soll nicht zwingend eine virtuelle Summe bleiben, sondern kann von FahrerInnen auch aktiv monetär hinterlegt werden. So können durch ein Ökosystem beteiligter Partner aus verschiedenen Branchen wie dem Finanzwesen, der Mobilität oder dem Handel besondere Angebote hinterlegt werden, dieses Budget einzusetzen – etwa für Mobilitätsgutscheine oder „grüne Investments“.

Eine ähnliche Umrechnung gibt es auch für die eingesparten Emissionen, denn für die meisten FahrerInnen sind etwa „100 Kilogramm CO₂“ ein doch eher abstrakter Wert. Um dies fassbar zu machen, berechnet die Lösung das sogenannte „tree-equivalent“, das zeigt, wie viele Bäume neu gepflanzt werden müssten, um eine bestimmte Menge an Emissionen auszugleichen.





Das US-amerikanische Start-up Finsophy bietet seinen KundInnen nachhaltige Banking-Lösungen, indem es Kapital für einen „Positive Feedback Loop“ ausgibt. Die angebotenen Lösungen sollen dabei die Umwelt, den Planeten, Ressourcen und Gemeinschaften schützen. Gleichzeitig dienen sie dazu, eine Weltraumwirtschaft aufzubauen, die der gesamten Weltbevölkerung zugutekommt. Besonders der letzte Aspekt liest sich zunächst wie Science-Fiction. Dahinter stehen aber handfeste ökonomische Interessen wie etwa der Betrieb von Satelliten.

An wen wendet sich Finsophy mit seinem Angebot? Es sind drei KundInnengruppen, die das Unternehmen anspricht. Zunächst bietet das Start-up Konten für EndkundInnen an. Das angesparte Geld nutzt das Unternehmen und investiert es in nachhaltige Projekte. Außerdem gehören Banken zu den KundInnen. Das Start-up

bietet etwa eine transparente und an seinen Zielen ausgerichtete Investition der aggregierten Sparguthaben einer Bank an.

Daneben stellt das junge Unternehmen noch einen Marktplatz zur Verfügung. Hier bietet es neben nachhaltigen Krediten auch Kreditratings und Fördergelder für Unternehmen und gemeinnützige Organisationen an.

Im Produktpotfolio von Finsophy finden sich damit zum Teil klassische bankenwirtschaftliche Dienstleistungen wie die Kreditvergabe. Mit seinen Rating-Services und seinem Marktplatz geht es allerdings über das reine Bankengeschäft hinaus.

Das Start-up Tomorrow plant, eine „intelligente“ Messung des ökologischen Fußabdrucks der KontobesitzerInnen anzubieten – ein Ansatz, der in der Finanzbranche auch bei weiteren Unternehmen aktuell in der Entwicklung ist. Die Idee dahinter ist,

dass über das eigene Konto das Einkaufsverhalten der NutzerInnen gebündelt abgebildet werden kann: Über eine Analyse der Finanzflüsse kann NutzerInnen aufgezeigt werden, wie ihr eigenes Einkaufsverhalten sich ökologisch auswirkt. Dabei wird sowohl die Transaktion als auch der CO₂-Fußabdruck des erworbenen Produktes oder der Leistung in die Kalkulation mit aufgenommen. Da häufig Zahlungen an Händler – zum Beispiel beim Wocheneinkauf – über viele Produkte hinweg erfolgen und sich nicht klar zuordnen lassen, werden Durchschnittswerte gebildet.

Dieser Ansatz soll den eigenen CO₂-Fußabdruck für KonsumentInnen transparenter machen und ihnen dabei helfen, ihren CO₂-Verbrauch zu senken. Banken positionieren sich damit als Partner über alle Konsum- und Lebenswelten ihrer KundInnen hinweg und bieten ein nachhaltiges Angebot außerhalb ihres traditionellen Kerngeschäfts.

„It is relevant who is the CEO or the leadership team more broad. If they are hesitant about sustainability, the transformation is most likely not going to work. You have to have people who are convinced that this is the future.“

*Michael Jongeneel,
Partner, Bain & Company*



GESCHÄFTSPROZESSE

Neue Risikomodelle

Die Qualität von Risikomodellen ist eine bedeutende Grundlage für Produkte und Geschäftsmodelle im Finanzwesen. Der Klimawandel und die gesellschaftliche sowie die politische Bedeutung des Themas, die sich in den vergangenen Jahren entwickelt hat, haben das Thema auch für die Risikomodelle von Banken und Versicherungen zunehmend relevant gemacht.



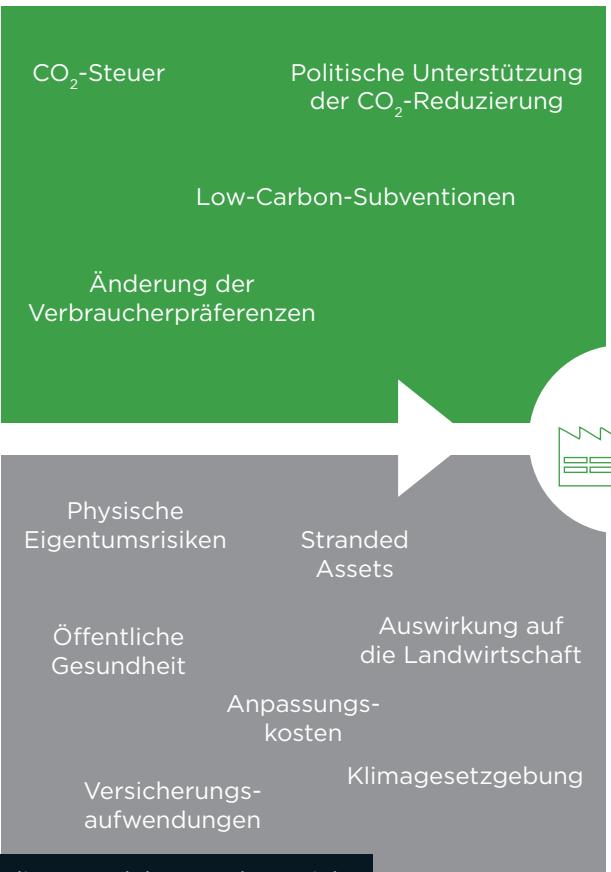
Dabei sind zum einen direkte wirtschaftliche Effekte des Klimawandels relevant, etwa durch die Folgen von Dürren und Hitzewellen oder den sich daraus ergebenden Schadenssummen für Versicherer. Mindestens genauso stark sind aber jüngst die politischen und gesellschaftlichen Anpassungsprozesse in den Fokus gerückt: Verschärzte Klimaauflagen oder die gesellschaftliche Ablehnung von Großemittenten werden zu einem Risiko für viele Unternehmen, vor allem, aber nicht ausschließlich in energieintensiven Branchen.

Die Fähigkeit, nachhaltig zu investieren, steht und fällt mit den Informationen, die einem Investor zugänglich sind. Die DWS gilt als eine Pionierin auf dem Gebiet der nachhaltigen Geldanlage und hat in den letzten Jahren erhebliche Anstrengungen unternommen, um ein System mit Informationsquellen aufzubauen, das den Portfolio-Managern der DWS die Einschätzung von Risiken bezüglich interessanter Investmentziele erleichtert – die ESG Engine.

Dabei handelt es sich um eine Plattform, an die fünf Datenlieferanten, sogenannte Vendoren, angeschlossen sind. Sie liefern Einschätzungen und Informationen über Unternehmen entlang einer Vielzahl von ESG-Kategorien. Einerseits können die AnalystInnen und Portfolio-ManagerInnen der DWS diese Informationsströme durchsuchen. Wie hat sich das Unternehmen in den letzten Jahren hinsichtlich der ESG-Kriterien verhalten? Gibt es negative oder positive Meldungen? Liegen überhaupt keine Meldungen und Einschätzungen vor? Andererseits bildet die Engine aus den Informationsquellen für jedes Unternehmen einen Index, der einen schnellen Überblick über die ESG-Bewertung des Unternehmens gibt.

Der Grund dafür, dass sich die DWS bei fünf Datenlieferanten bedient, liegt darin, dass die Datenbestände nur mittelmäßig korrelieren, also die Vendoren zum Teil unterschiedliche und abweichende Informationen liefern. Diese Unstimmigkeiten haben mehrere Ursachen. Erstens beziehen die Vendoren ihre Daten wieder aus unterschiedlichen Quellen. Zweitens liegen keine einheitlichen weltweiten Standards für ein ESG-Rating vor. Wie etwa ein Umweltvergehen ein-

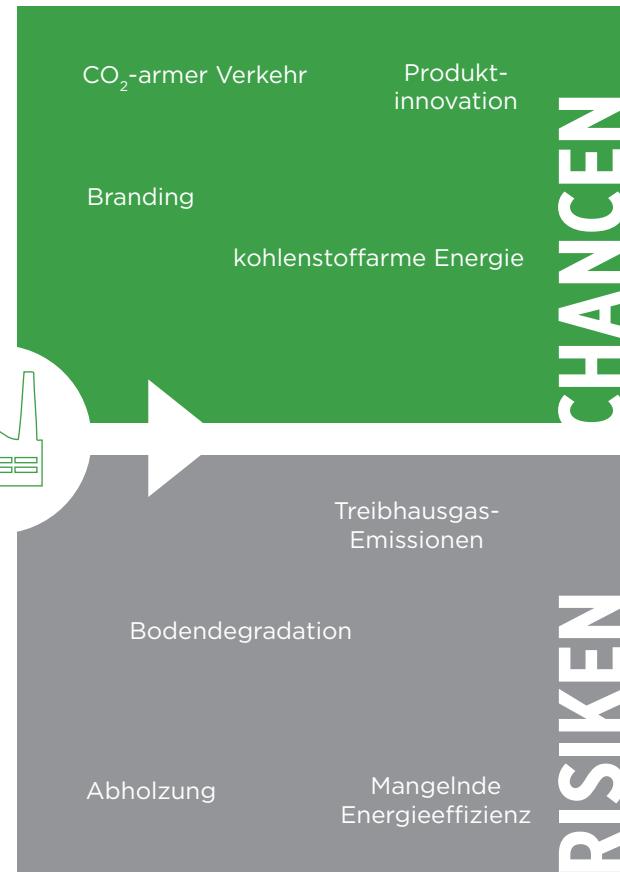
Ist das Unternehmen von Klimarisiken betroffen?



Klimawandel aus Anlegersicht

Quelle: nach Muzinich & Co.

Ist das Unternehmen Teil der Ursache oder die Lösung?



RISIKEN
CHANCEN

gestuft werden muss, kann innerhalb der Länder deutlich voneinander abweichen. Die Diversifikation der Quellen hilft dabei, ein möglichst vollständiges und breites Bild eines Unternehmens zu erhalten und folglich das Investmentrisiko zu minimieren.

Die DWS geht aber über die Informationen der fünf Vendoren hinaus. Jeder Analyst und Portfolio-Manager, der eine Aktie bearbeitet und eine Einschätzung zum Kauf, Verkauf oder Halten abgibt, muss hierzu eine Research Note verfassen und in der Engine hinterlegen. Dieses Vorgehen ist verpflichtend. In jeder Note muss ein ESG-

Abschnitt enthalten sein, in dem Risiken und Chancen beurteilt werden. AnalystInnen, KundenbetreuerInnen und Portfolio-ManagerInnen können dann nachlesen, ob es auch bereits in der Vergangenheit zu Auffälligkeiten gekommen ist und wie andere KollegInnen das potenzielle Investmentziel einschätzen.

Mit der ESG Engine zielt DWS demnach darauf, seinen Portfolio-ManagerInnen eine bessere Grundlage für die Einschätzung von ESG-Risiken bei Investitionsentscheidungen zu geben und konform der eigenen Nachhaltigkeitsstandards zu investieren.

Künstliche Intelligenz

Für Banken ist das Thema der maschinengestützten Datenanalyse durch künstliche Intelligenz und Machine-Learning-Prozesse von großer Bedeutung. Die Anwendungsfelder reichen dabei von der internen Prozessautomatisierung bis zur Entwicklung neuer Produkte und Geschäftsmodelle.

Das US-amerikanische Start-up Data Simply konzentriert sich darauf, Daten über die Nachhaltigkeit von Unternehmen zu sammeln und zur Verfügung zu stellen. Das Ziel ist es, das nachhaltige Investieren in Unternehmen zu vereinfachen.

Durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) sichtet das Start-up enorme Mengen an Unternehmensre-

ports. Dieser Ansatz wird als Text-Mining und Topic-Modelling bezeichnet. Es sucht dabei nach Inhalten, die positiv oder negativ auf einen Nachhaltigkeitsindex wirken. Berichtet ein Unternehmen etwa viel über seine Nachhaltigkeitsinitiativen oder eher über Aktivitäten, die z.B. CO₂ emittieren, dann erhält es eine entsprechend hohe oder niedrige Bewertung.

Der Anspruch von Data Simply ist es, eine große Anzahl an Unternehmen schnell und kostengünstig hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit zu durchleuchten. Asset- und Portfolio-ManagerInnen müssen dadurch nicht mehr in kleinteiliger Detailarbeit Unternehmensreports durchlesen, um zu Einschätzungen und Investmententscheidungen zu gelangen.

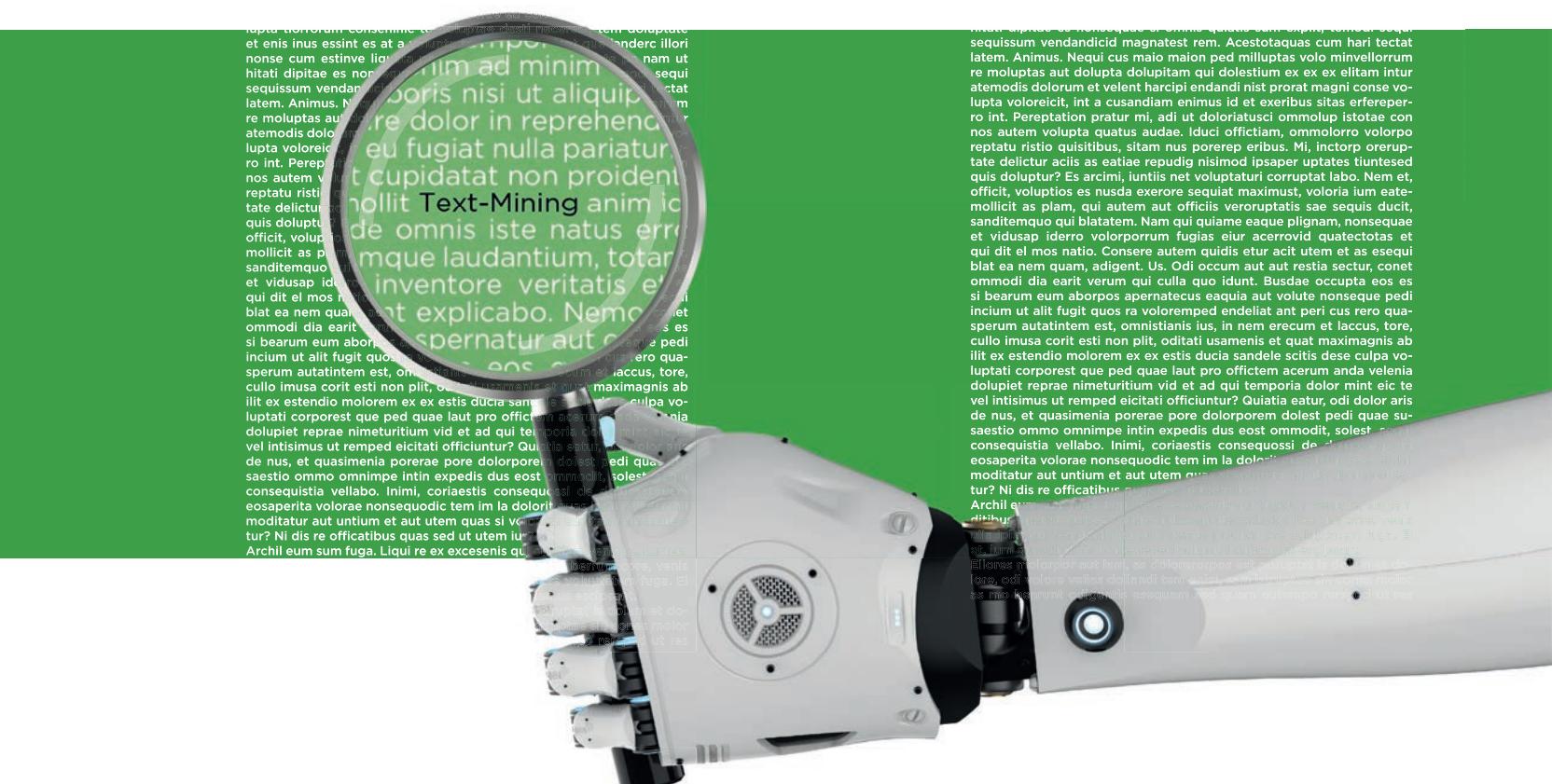
Aus Endkundensicht ist die Verbreitung der automatisierten Anlageberatung und -verwaltung eine sichtbare Entwicklung im KI-Bereich. So spielen die sogenannten Robo-Advisor auch im Segment nachhaltiger Produkte eine wachsende Rolle. Nachhaltigkeit ist ein regulatorisch erforderlicher Teil der Anlageberatung und über Robo Advisor lässt sich dies schnell und unter Einbeziehung der individuellen Kundenpräferenzen abbilden.

Ein Robo-Advisor (digitaler Vermögensberater) ist ein algorithmenbasiertes System, das regelmäßig ohne menschliche Beteiligung Anlageempfehlungen für ein optimiertes Portfoliomangement gibt.

HR-Management

Die Digitalisierung und der technologische Wandel haben in Unternehmen und Banken zu einem erhöhten Bedarf an IT-Fachkräften geführt. Die Gewinnung und Bindung von MitarbeiterInnen mit den geeigneten Fähigkeiten sind daher von entscheidender Bedeutung.

Auch Banken stehen dabei im Kampf um die besten SoftwareentwicklerInnen, ProjektmanagerInnen, UI/UX-DesignerInnen, Data Scientists und IT-Security-ExpertInnen zusammen mit den großen Technologieunternehmen, die junge IT-ExpertInnen anziehen. Umfragen zufolge wünschen sich IT-Fachkräfte insbesondere flache Hierarchien, Innovationsoffenheit, Abwechslung, anspruchsvolle Aufgaben und eine ungezwungene, vertrauensvolle Arbeitsatmosphäre.



Diese Ansprüche werden in Zukunft weiter steigen, schon bald strömt die Generation Z auf den Arbeitsmarkt. Die unter 23-Jährigen wünschen sich ein noch höheres Maß an Freiheit. Dies erfordert insbesondere von Unternehmen mit gewachsenen Strukturen, wie sie häufig in traditionellen Banken zu finden sind, ein radikales Umdenken.

Auch beim MitarbeiterInnenmanagement ist Nachhaltigkeit enorm wichtig für langanhaltenden Erfolg. Während verantwortungsvolles Verhalten gegenüber KundInnen und der Gesellschaft die Zufriedenheit der Mitarbeitenden durch ein besseres Image indirekt steigert, stehen für nachhaltig agierende Unternehmen ihre MitarbeiterInnen als Impulsgeber für die zukünftigen Entwicklungen an prominenter strategischer Stelle. Somit hat Nachhaltigkeit auch Einfluss auf die MitarbeiterInnen.

Die Deutsche Bank etwa hat diesen Aspekt in ihrer Strategie der Unternehmensentwicklung abgebildet. Eine kundenorientierte, innovationsfördernde Arbeitsweise, bei der Unternehmensentwicklungen und -entscheidungen sowie deren Grundlagen transparent erläutert werden, ist ein zentraler Aspekt der Personalstrategie der Bank. Das Thema Nachhaltigkeit ist dabei ein Kernwert.

Substituierungspotenzial von Berufen: MÖGLICHE AUTOMATISIERUNG

DIESEN ANTEIL DER AUFGABEN KÖNNEN ROBOTER SCHON ÜBERNEHMEN

88 %	Bankkaufmann/-frau
83 %	Kreditsachbearbeiter/-in
82 %	Börsenhändler/-in
75 %	Versicherungskaufmann/ -frau
58 %	Zweigstellenleiter/-in Bank
57 %	Bankbetriebswirt/-in (FH)
57 %	Versicherungsvertreter/-in
50 %	Bankfachwirt/-in
39 %	Bankbetriebswirt/-in (HS)
25 %	Fondsmanager/-in
25 %	Beamte/-r Bundesbank (gehobener Dienst)

Quelle: IAB

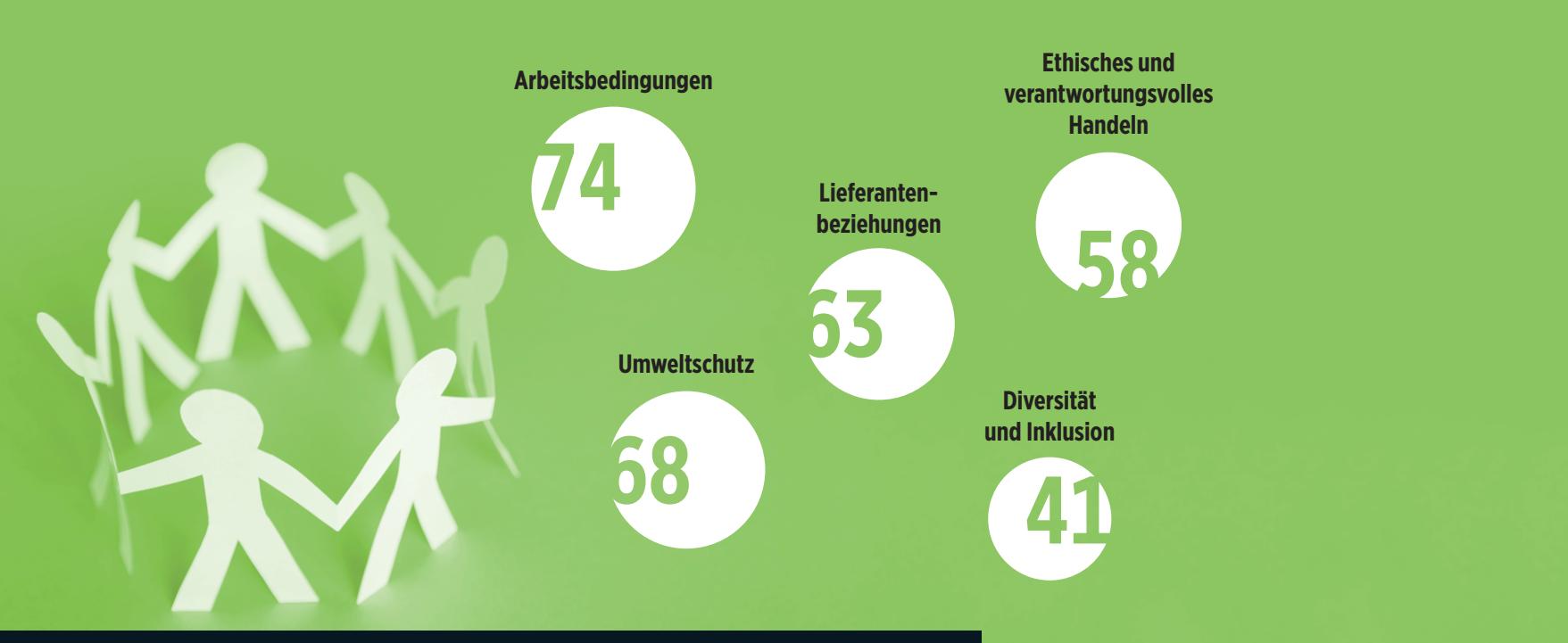
Nachhaltigkeit ist von wachsender Bedeutung für Unternehmen – nicht nur, um Kundenwünsche zu bedienen, sondern auch, um attraktiv für junge Talente zu sein. Mehr als 80 Prozent der 14- bis 22-Jährigen in Deutschland geben an, dass ökologische Themen ihnen sehr wichtig sind. Dieses Interesse ist auch in Unternehmen gefragt, denn mehr als zwei Drittel der Unternehmen führen Nachhaltigkeit als Teil ihrer Mission.

Das Team „GreEnFin“ setzt genau an dieser Schnittstelle an: Die Studierenden haben eine Lern- und Informationsplattform entwickelt, die Studierenden mit dem Schwerpunkt Sustainable Finance frühzeitig mit Unternehmen und Institutionen vernetzt. So können Unternehmen auf der Plattform werben, nachhaltige Projekte, Produkte und Geschäftsmodelle vorstellen. Zudem können sie Praktika und Jobbeschreibungen mit einem nachhaltigen Fokus dort veröffentlichen.

Studierende kommen nicht nur in einen themenspezifischen Austausch mit Unternehmen, sie können sich auch im Bereich Nachhaltigkeit weiterbilden: In Kooperation mit ExpertInnen aus Praxis und Wissenschaft bietet die Plattform ein Online-Kursprogramm im Bereich Sustainable Finance.

„Von den Studierenden können wir lernen, wie die junge Generation tickt. Sie ist internationaler, digitaler, veränderungsbereiter und in vielerlei Hinsicht anspruchsvoller als andere“, sagt Tim Alexander Chief Marketing Officer (CMO) & Chief Experience Officer (CXO) | Managing Director Private & Commercial Bank, Deutsche Bank AG.





Bereiche mit Verhaltensleitlinien hinsichtlich CSR in deutschen Unternehmen, in %

Quelle: Randstad; Umfrage zum Stellenwert von CSR in deutschen Unternehmen 2019

Corporate Responsibility

Unter „Corporate Social Responsibility“ oder kurz CSR ist die „gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens zu verstehen“ (Bundesministerium für Arbeit und Soziales).

In den letzten Jahrzehnten hat die Bedeutung von Corporate Social Responsibility (CSR) bei Unternehmen allgemein und vor allem bei Banken immer mehr an Bedeutung gewonnen. Insbesondere die globale Wirtschafts- und Finanzkrise 2008/09 hat gezeigt, dass es nicht erfolgreich ist, sich ausschließlich auf kurzfristige Gewinne zu konzentrieren. Das Thema unternehmerische soziale Nachhaltigkeit nimmt eine immer wichtigere Rolle ein. Unternehmen wissen, dass KundInnen, Beschäftigte, die Gesellschaft, Investoren und Institutionen verstärkt auf die Bedingungen achten, unter denen Produktion und Handel stattfinden. Somit ist nachhaltiges und verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln auch ein Wettbewerbsvorteil. Zudem verpflichtet das CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetz Banken seit 2016 dazu, die eigene unternehmerische Tätigkeit unter CSR-Gesichtspunkten zu überprüfen. Banken müssen seitdem ihre Lageberichte auch um nicht-finanzielle CSR-Risiken erweitern.

Schon heute machen nicht-finanzielle Aspekte einen beträchtlichen Teil des Unternehmenswertes aus, und dieser Trend wird sich in Zukunft noch verstärken. Nachhaltigkeit ist somit ein Investment-Thema. Es zeigt sich, dass Unternehmen, die nachhaltig agieren, im Durchschnitt erfolgreicher sind. So kam beispielweise eine Analyse der Technischen Universität München zu dem Ergebnis, dass Unternehmen, die sich bereits frühzeitig freiwillig ökologischen und sozialen Themen widmeten, nach zehn Jahren eine um 30 Prozent höhere finanzielle Performance aufweisen. Für die Studie wurden 180 Unternehmen über einen Zeitraum von 18 Jahren untersucht.

Neben dem Einfluss, den Corporate Responsibility auf die Performance, das Image und die MitarbeiterInnen des jeweiligen Unternehmens hat, können gerade Banken gleichzeitig eine Quelle für eine nachhaltige Entwicklung anderer Unternehmen sein. Durch ihre Finanzentscheidungen zu Anlagen, Krediten und Investitionen sind sie in der Lage, Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung zu fördern und zu unterstützen.

Mit welchen Herausforderungen große Finanzinstitute es dabei zu tun haben, kann am Beispiel der Governance-Strukturen der Deutschen Bank veranschaulicht werden.

Das Rahmenwerk für den Umgang mit Umwelt- und Sozialrisiken sieht dabei folgenden Ablauf vor:

- Geschäftseinheiten identifizieren zunächst die Umwelt- und Sozialrisiken, die ihren Bereich betreffen. In diesem Zusammenhang sind Nachhaltigkeitsteams aus dem Bereich Group Sustainability Teil des Prüfungsprozesses. Eine verpflichtende Einbeziehung der Nachhaltigkeitsteams gibt es etwa in den Branchen Land- und Forstwirtschaft, Metallverarbeitung und Bergbau, Öl und Gas (einschließlich Fracking und Exploration in der Arktis) oder bei Infrastrukturprojekten in bestimmten Ländern.
- Die Geschäftseinheiten diskutieren die ermittelten Risiken und potenzielle Maßnahmen dann mit den KundInnen und Kunden. Hierbei können unabhängige ExpertInnen und Experten hinzugezogen werden.
- Sollte während des Prozesses ein Risiko als ein Reputationsrisiko für die Deutsche Bank eingestuft werden, dann muss eines von vier Reputationsrisikokomitees in den Bewertungsprozess eingeschaltet werden.
- Wenn auch hierdurch keine Klärung herbeigeführt werden kann, dann muss das Group Reputational Risk Committee (GRRC) hinzugezogen werden.
- Die Letztverantwortung liegt beim Vorstand der Deutschen Bank. Dieser überträgt zum Teil Befugnisse an das Group Risk Committee, das seinerseits wieder das Group Reputational Risk Committee miteinbezieht und von den Nachhaltigkeitsteams vierteljährlich über wichtige Trends informiert wird.

Damit hat die Deutsche Bank intern eine Struktur geschaffen, die das Einhalten von Klima- und Umweltstandards über mehrere Einheiten und Ebenen überwacht - im Zweifel bis zum Vorstand, nachhaltiges Handeln wird zur Chefsache.



„Unabhängig davon, ob die Politik das fordert, würden wir das Thema Nachhaltigkeit ohnehin bei unseren KundInnen stärker ins Bewusstsein bringen. Für uns ist das kein Zwang, sondern eine Chance. Wir glauben, es gibt den KundInnen ein gutes Gefühl zu wissen, dass ihr Geld Gutes tut.“

Philip Gossow,
Leiter Privatkundengeschäft
der Deutschen Bank in Deutschland



Green IT

Unter Green IT versteht man die ressourcenschonende Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) über den gesamten Lifecycle hinweg von der Produktion über die Nutzung bis zur Entsorgung. Durch die Digitalisierung wächst die Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologie enorm. Cloud-Computing, Online-Angebote der Unterhaltungsindustrie, Social-Media-Dienste oder die allgemeine Zunahme der Digitalisierung und Bereitstellung von Informationen lassen den Bedarf an Informationstechnologien immer weiter wachsen. Diese Entwicklung geht einher mit einem stetigen Anstieg des Strombedarfs und der CO₂-Emissionen. Der Server-Betrieb der fünf größten Internetprovider verursacht jährlich ungefähr die gleiche Menge CO₂ wie der weltweite Flugverkehr. Und die Menge könnte sich in den nächsten zehn Jahren verdoppeln, warnen Forscher des Borderstep-Instituts für Innovation und Nachhaltigkeit. Weltweit produzieren IT-Geräte und -Anwendungen rund 800 Millionen Tonnen CO₂ pro Jahr – dies entspricht in etwa den Gesamtstreibhausgas-Emissionen Deutschlands. Der Energiebedarf der Rechenzentren ist dadurch deutlich angestiegen. Sie brauchen in Deutschland inzwischen 14 Milliarden Kilowattstunden. Das sind 40 Prozent mehr als noch im Jahr 2010.

Der intelligente Einsatz von IT ermöglicht zudem Effizienzsteigerungen in vielen Bereichen, wie der Produktion, der Gebäudesteuerung oder der Logistik. Die Deutsche Energie Agentur kommt zu dem Ergebnis, dass mithilfe einer umfassenden Green-IT-Strategie Einsparungen von bis zu 75 Prozent möglich sind. Damit können Banken in Zukunft zum einen ihre Betriebskosten senken und sich zum anderen gleichzeitig Wettbewerbsvorteile sichern.

Geschäftsreisen gehören in die Klimabilanz:
Jedes Jahr gibt es in Deutschland mehr als 100 Millionen Geschäftsreisen, mehr als zehn Prozent davon gehen laut einer Studie des Deutschen Reiseverbands ins Ausland.

Banken haben eine Reihe von Optimierungsmöglichkeiten. Serversysteme sind häufig auf Spitzenbelastungen ausgelegt und daher häufig nur zu rund 10 - 20 Prozent ausgelastet. Die Zusammenführung von Systemen kann hier den Strombedarf verringern. Die in Rechenzentren laufenden Kühlssysteme können verbessert oder ersetzt werden. Standby-Phasen im Betrieb sind eine weitere wichtige Möglichkeit, den Stromverbrauch zu reduzieren. Cloud-Computing kann zudem Hardware einsparen, und Videokonferenzen können **Geschäftsreisen** mit Benzinverbrauch und Flugreisen ersetzen. Einer Analyse der Deutschen Energie Agentur zufolge können durch eine Ersetzung von nur 20 Prozent der Geschäftsreisen in der EU durch Video- oder Telefonkonferenzen jährlich bis zu 24 Millionen Tonnen CO₂ sowie eine Menge Reisezeit und Reisekosten eingespart werden. Die positiven Erfahrungen mit virtuellen Lösungen, die überall auf der Welt im Zuge der Corona-Pandemie im Jahr 2020 gemacht wurden, sprechen deutlich dafür, dass dieses Thema auf der Agenda vieler Unternehmen nach oben rücken wird – und damit das Thema datensparender Programmierungen im Server- und Cloudsegment umso wichtiger wird.

Erste Banken, wie etwa die Deutsche Bank, nutzen Freiluftkühlung zur Kühlung der Rechenzentren. Dadurch fallen hohe Energiekosten für Klimaanlagen weg. Im Sommer wird Verdunstungskühlung eingesetzt. Große Kühlaggregate werden von außen mit einem kühlen Wasserfilm bespritzt, die Verdunstung senkt dadurch die Temperatur im Serverraum. Zudem gibt es die Idee, die Abwärme aus Rechenzentren zukünftig zur Beheizung von Wohnsiedlungen zu nutzen.

„Intern ist Nachhaltigkeit ein großes Thema: Durch neue Reiserichtlinien, energieeffiziente Bürogebäude oder Jobtickets für den ÖPNV leisten wir einen konkreten Beitrag – und unsere Mitarbeiter wünschen das und nehmen es dankend an.“

*Ulrich Christmann,
Vorstand Bank Partner der
Zurich Gruppe Deutschland*



GESELLSCHAFTLICHES & POLITISCHES UMFELD

Das gesellschaftliche und politische Umfeld hat sich in den vergangenen Jahren deutlich gewandelt – die Beschäftigung mit Nachhaltigkeit ist zu einem bestimmenden Thema im öffentlichen Diskurs geworden.

Wie bei vielen anderen Themen auch gibt es aber eine signifikante Lücke zwischen den Einstellungen und Vorsätzen auf der einen und dem beobachteten Verhalten auf der anderen Seite: Es herrscht zwar ein grundsätzliches Bewusstsein dafür, nachhaltiger zu leben, das eigene Verhalten wird aber kaum angepasst. Zu beobachten ist dies etwa im Bereich der Nachfrage nach grünen Investments und weiteren Bankangeboten: Trotz der in den letzten Jahren stark gestiegenen Nachfrage ist diese im Vergleich zur konventionellen Produktpalette noch sehr gering – und spiegelt auch noch nicht wider, was Umfragen zum Thema Nachhaltigkeit als Potenzial vermuten lassen.

Die Gründe dafür sind vielfältig: Bei großen gesellschaftlichen Themen wie dem Einsatz für mehr Umweltschutz wird der eigene Einfluss als gering angesehen, Menschen fühlen sich entmachtigt. In anderen Bereichen scheuen viele Menschen vermeintliche Anstrengungen, die mit einer Umstellung des eigenen Verhaltens verbunden sind.

Ein zentraler Aspekt, der besonders im Rahmen der nachhaltigen Anlage eine große Rolle spielt, ist ein Informationsdefizit. Viele AnlegerInnen wissen nicht oder nur unzureichend über grüne Anlageoptionen Bescheid. Die Breite der verschiedenen Ausgestaltungen des Begriffs Nachhaltigkeit, Renditemöglichkeiten, Vor- und Nachteile verschiedener Investmentansätze und der Abgleich mit den eigenen Werten – das Thema nachhaltiges Investment bedarf ausführlicher Informationen und eingehender Beratung.

Taxonomie

Ein großes Problem im Bereich Green Banking ist momentan das Thema Transparenz. Denn bislang gibt es keine einheitliche Definition dessen, was als nachhaltig beziehungsweise grün angesehen werden kann. Dadurch besteht die Gefahr des sogenannten Greenwashings, also ein scheinbar ökologischer Hintergrund des Finanzierungsvorhabens, ohne dass dieses wirklich nachhaltig bzw. grün ist.

Dem will die EU mit einer eigenen Taxonomie vorbeugen, in der eindeutig definiert werden soll, welche Wirtschaftstätigkeit sich nachhaltig nennen darf.

Seit Ende 2019 steht das Gerüst für ein einheitliches Klassifizierungssystem grüner Wirtschaftstätigkeiten. Bislang sieht die EU-Taxonomie vor, dass für die Klassifikation Nachhaltigkeit mindestens ein wesentlicher Beitrag zu einem der folgenden sechs Kriterien gewährleistet sein muss:

Klimaschutz

Anpassung an den Klimawandel

Nachhaltige Nutzung und Schutz von Wasser- und Meeresressourcen

Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft

Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung

Schutz und Wiederherstellung von Biodiversität und Ökosystemen

Darüber hinaus muss gewährleistet sein, dass keines der anderen Umweltziele durch die Wirtschaftstätigkeit beeinträchtigt wird, die wissenschaftlich fundierten technischen Evaluierungskriterien erfüllt werden und ein Mindeststandard in Bezug auf soziale Aspekte und solche guten Unternehmensführung eingehalten wird.

Die Taxonomie bildet damit das Kernstück des EU-Aktionsplans „Financing Sustainable Growth“, der zu einem umfassenden Umbau des europäischen Finanzsystems hin zu einem nachhaltigen Finanzwesen führen soll. An ihr soll sich zusätzlich auch ein einheitlicher Green Bond Standard orientieren, den die EU-Kommission plant einzuführen.

Wenn die Verordnung in Kraft tritt, verpflichtet sie zur Anwendung durch die Unternehmen. Während sich Befürworter einen einheitlichen Rahmen für nachhaltige Finanzen erhoffen, befürchten Kritiker dadurch einen erheblichen bürokratischen Mehraufwand. Auch die Frage, ob in einem im Kern subjektiven Thema zentrale Regeln gesetzt werden sollten, wird kontrovers diskutiert.

Klimaschutzpolitik

Neben den unmittelbaren Effekten des Klimawandels auf Unternehmen und damit auch die Finanzindustrie gibt es mittelbare Auswirkungen über die Kundenerwartungen und die Politik. Schon seit langem auf der politischen Agenda, hat der Klimaschutz in den vergangenen Jahren sichtlich an Bedeutung gewonnen. Exemplarisch dafür ist der European Green Deal der Europäischen Union, mit dem die aktuelle Administration im Jahr 2019 startete.

Bis 2050, so das Ziel des Programms, soll die Europäische Union klimaneutral sein. Die Finanzindustrie spielt dabei eine direkte Rolle: Grüne Anlageangebote sind ein zentraler Finanzierungsmechanismus für die Projekte in der Industrie, Landwirtschaft oder Mobilität.

Zudem wird die Umsetzung des Plans fundamentale Veränderungen von Prozessen, Produkten und Geschäftsmodellen bedingen – für Finanzinstitute als Querschnittsbranche mit engen Verbindungen zu allen betroffenen Branchen bedeutet dies unter anderem eine veränderte Nachfrage nach Finanzierungsangeboten sowie Anpassungen von Bewertungs- und Risikomodellen.

„Wie die klimapolitische Regulierung der nächsten zehn Jahre aussieht, ist noch ziemlich offen“, konstatiert Eric Heymann aus der Forschungsabteilung der Deutschen Bank. „Momentan stehen die Weichen zumindest in der EU auf eine strengere Klimapolitik. Die muss letztlich aber immer wieder demokratische Mehrheiten finden, was keine ausgemachte Sache ist. So spielt Klimapolitik in Teilen Osteuropas eine weniger wichtige Rolle. Und in den USA und in Brasilien sind Präsidenten gewählt worden, die beim Klimathema sicher nicht zu den Vorreitern zählen.“

Neue Kundenerwartungen

Die Erwartung von Millennials an Bankangebote unterscheiden sich deutlich von denen älterer Generationen. Es ist nicht mehr die Produktwelt der Institute, an der junge KundInnen ihre Nachfrage nach Finanzprodukten ausrichten, vielmehr sind bedürfnisgerechte Angebote in unterschiedlichen Lebenswelten gefragt. Dies stellt Banken vor neue Herausforderungen, bietet aber auch die Chance, sich in einer aktiven Rolle in Bereichen zu positionieren, in denen sie zuvor am ehesten als Zahlungsabwickler oder Finanzier gefragt waren.

Für diese „Beyond Banking“-Ansätze, die außerhalb klassischer Bankangebote angesiedelt sind, müssen Banken nicht in allen Bereichen selbst Entwickler und Anbieter neuer Lösungen werden. Vielmehr bilden sie über Kooperationen ein Ökosystem, in dem sich Angebote ergänzen und KundInnen ganzheitliche Lösungen aus einer Hand anbieten.

Neben der grundlegend veränderten Erwartung an Bankangebote spielt Nachhaltigkeit für viele VerbraucherInnen mittlerweile eine wichtige Rolle in ihrem Konsumverhalten – und damit auch im Bereich von Bankprodukten.

Auf der einen Seite spüren Banken diese Entwicklung in der steigenden Nachfrage nach nachhaltigen Anlageoptionen von ESG-basierten Fonds, Impact Investments oder spezifischen Themenfonds. Auf der anderen Seite ist dies eng verwandt mit Beyond Banking. Durch Kooperationen entstehen so neue Angebote, besonders für eine junge Zielgruppe.

Die im Projekt „The Mission II: Banking – Be Green!“ entwickelten Ansätze zeigen diese Möglichkeiten. Die App „Budge“ etwa setzt Anreize für nachhaltiges Verhalten in unterschiedlichen Lebensbereichen, ob bei der Mobilität, dem Einkauf oder der Geldanlage. Letztere bietet Partnern wie der Deutschen Bank die Möglichkeit, Produkte des eigenen Anlageportfolios auszuspielen. Gleichzeitig sind es genau solche Kooperationen, die die Potenziale von Beyond Banking und nachhaltigen Geschäftsmodellen verbinden und Banken so einen veränderten Marktzugang bieten.

Das spanische Start-up Mitto richtet sich an Jugendliche der „Generation Z“ und bietet ihnen eine digitale Geldbörse sowie eine „nachhaltige Kreditkarte“ an. Der Ansatz des jungen Unternehmens geht dabei über ein klassisches Banking-Angebot hinaus: Die Kreditkarte verschafft nämlich Zugang zu einem Rabattsystem für nachhaltige Marken und Artikel. Diese können sie zudem mit Freunden teilen, wenn diese ebenfalls Mitto nutzen.

Dadurch will Mitto erreichen, dass ein nachhaltiger und umweltbewusster Konsum entsteht. Deshalb können bereits Jugendliche ab 14 Jahre die Karte nutzen. Eltern können ihren Kindern Geld auf ein virtuelles Konto buchen und monitoren, wofür sie es verwenden. Dadurch können und sollen Eltern ihren Kindern bereits früh Anreize für nachhaltiges Verhalten setzen.

Mitto bietet seinen Nutzern somit einen Anreiz, nachhaltige Produkte zu kaufen. Besonders die Zielgruppe junger Menschen wird so bereits früh zu einem eigenverantwortlichen und nachhaltigen Konsum angeregt werden.

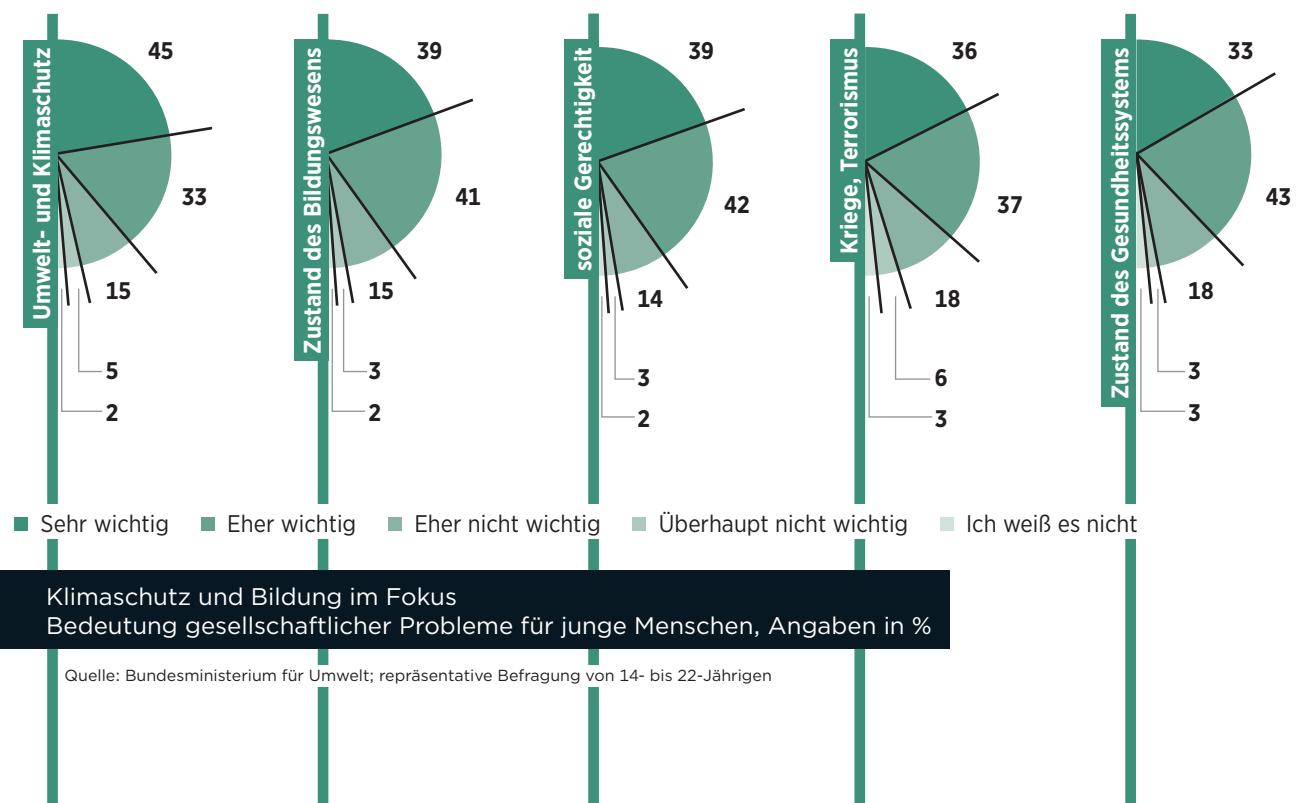
The Budge ist eine App, die ihren NutzerInnen durch einen spielerischen Ansatz kleine „Schubser“ zu einem nachhaltigeren Verhalten gibt. Konkret sieht das so aus:

Die App stellt NutzerInnen Aufgaben, die ihnen dabei helfen sollen, nachhaltiger zu leben. So können sich User das Ziel setzen, eine Woche vegetarisch zu leben, VegetarierInnen probieren sich an einer veganen Woche. Dabei gibt es unterschiedliche Challenges aus verschiedenen Lebens- und Konsumwelten, die gemeinsam haben: Sie zu erfüllen leistet einen ökologischen Beitrag. Die App arbeitet mit personalisierten Ansätzen: NutzerInnen geben an, welche Bereiche sie interessieren und welche weniger. So ist es für die einen herausfordernd, auf den Coffee to go zu verzichten, andere brauchen einen Impuls, um öfter mit dem Rad zur Arbeit zu fahren. Und auch der Bereich der grünen Geldanlage findet Einzug in die Auswahl möglicher Aufgaben: So können sich AnlegerInnen die Aufgabe vornehmen, bei einer Anlageentscheidung auf nachhaltige Aspekte zu achten.

Für ein bisschen Zusatzmotivation sorgt zudem die soziale Komponente: Die eigenen „Challenges“ können mit anderen Usern geteilt oder Freunde dazu eingeladen werden, eine bestimmte Aufgabe mitzumachen. So bleibt man stärker am Ball, Erfolge finden Anerkennung und werden gemeinsam gefeiert.

Zudem setzt die Lösung auf ein Belohnungssystem. Wer eine Aufgabe meistert, sammelt Punkte auf einem Konto, die beispielsweise in Rabatte bei unterschiedlichen Kooperationspartnern von „The Budge“ umgewandelt werden können. Auch hier gibt es enge Anknüpfungspunkte zur Bankenwelt. Neue Geschäftsfelder außerhalb des klassischen Bankgeschäfts – „Beyond Banking“ – gelten als ein zentrales Entwicklungsfeld der Branche. Ansätze wie Budge, die an klassische Geschäftsfelder von Banken anknüpfen, aber innerhalb eines Ökosystems verschiedener Partner weit darüber hinaus gehen, sind ein Beispiel für diese Entwicklung.

„Es ist beeindruckend zu sehen, wie aus den ersten Ideen der Teams in den vergangenen drei Monaten neue Geschäftsmodelle mit ersten Prototypen erwachsen sind, die nun umgesetzt werden können“, sagt Charlie Müller, Gründer und Geschäftsführer von Futury in Frankfurt am Main.



ZUKUNFTS SZENAREN

IM BEREICH GREEN BANKING

Die relevanten Trends und Entwicklungen im Bereich des nachhaltigen Bankings lassen sich in der Einzelbetrachtung problemlos erläutern und kategorisieren. Was in den letzten Jahren bereits geschehen ist, lässt sich nachverfolgen, aktuelle Entwicklungen beobachten und auch, wie die Reise in einzelnen Themenbereichen weitergehen wird, lässt sich daraus ableiten.

Wie all diese Entwicklungen in den kommenden Jahren aber zusammenspielen, in welcher Form und mit welcher Geschwindigkeit sie die Finanzbranche verändern werden, ist weit komplexer und schwieriger zu prognostizieren.

Um mögliche Entwicklungsrichtungen nachzuzeichnen, werden in der Folge drei Szenarien aufgezeigt. Diese sind direkte Ableitungen der im zweiten Kapitel beschriebenen Trends und deren Zusammenwirken.



SZENARIO

ALLES BLEIBT WIE ES IST – DER TREND VERPUFFT

Die Ausgangslage des Szenarios:

Die Corona-Pandemie hat die Welt verändert – auf vielfältige Weise. Vieles lässt sich schon heute erkennen – Unternehmen haben die wirtschaftlichen Folgen der Gegenmaßnahmen nicht überstanden und sind aus dem Markt ausgeschieden, Branchen wie der Tourismus, die Luftfahrt oder Events brauchen vollkommen neue Konzepte, um ihre KundInnen zu versorgen. Wie mittel- bis langfristige Veränderungen ganzer Branchen aussehen, lässt sich heute nur erahnen.

Für das Bestreben, ökologisch nachhaltig zu leben, kann diese Entwicklung einen paradoxen, gegenläufigen Effekt haben. Seit Beginn des globalen Lockdowns werden regelmäßig positive Umwelteffekte berichtet, die CO₂-Ausstöße etwa erreichen langjährige Tiefststände: So könnten in Deutschland – je nach Szenario – zwischen 30 und 100 Millionen Tonnen CO₂ im Vergleich zum Vorjahr eingespart werden, womit die Klimaziele für 2020 wieder in greifbare Nähe rücken; Berichte über das klare Wasser in den Kanälen Venedigs oder Weltraumbilder der „sauberer“ Atmosphäre gingen um die Welt.

All diese Effekte lassen sich aber recht klar auf den weitgehenden ökonomischen Lockdown weiter Teile der Welt zurückführen. Was die langfristigen positiven Auswirkungen angeht, gibt es dagegen Zweifel: So war nach der globalen Finanzkrise im Jahr 2008 – fraglos auf niedrigerem Niveau – ein Rückgang der Emissionen zu erkennen, nur um schon im Jahr 2010 ein globales Allzeithoch zu erreichen. Der Grund dahinter kann ein Catch-up-Effekt sein, wenn Volkswirtschaften nicht nur auf das alte Niveau zurückkehren, sondern auch Teile der Lockdown-Phase wieder aufholen.

In diesem Zusammenhang stellt sich zudem die Frage, inwieweit das Thema Nachhaltigkeit vor dem Hintergrund der globalen Wirtschaftskrise des Jahres 2020 von der Agenda verschwindet. Eine weitere entscheidende Frage in diesem Zusammenhang wird die Ausgestaltung der Konjunkturprogramme sein, die in den kommenden Jahren überall auf der Welt aufgelegt werden. Werden diese genutzt, um explizit „grüne“ Technologien zu fördern oder rücken ökologische Fragen im Lichte existenzieller Sorgen in den Hintergrund? Spielt das Thema Nachhaltigkeit dabei keine Rolle, ist es möglich, dass die Entwicklung stagniert.

Wie wahrscheinlich ist das Szenario?

Kurzfristig ist es zu erwarten, dass ökologische Fragen vorübergehend in den Hintergrund treten. Zu tief sitzen die ökonomischen Probleme und Verunsicherungen, die durch die Corona-Krise ausgelöst wurden.

Es erscheint aber kaum wahrscheinlich, dass ökologische Themen dadurch auch mittelfristig verdrängt werden. Zu drängend sind die Probleme des Klimawandels, zu tief ist das Thema im Wertekanon vor allem junger Generationen verankert.

Eine mittelfristige Stagnation oder gar ein Rückschritt im Bereich der nachhaltigen Entwicklung der Wirtschaft ist nicht zu erwarten.



„Die Coronakrise führt nur dazu,
dass einige Themen kurzfristig aus
dem Fokus geraten sind.
Ich glaube aber nicht, dass das Thema
Nachhaltigkeit wieder vom Tisch zu
kriegen ist.“

Paul Buchwitz,
Portfolio-Manager, DWS

SZENARIO

LANGSAME ENTWICKLUNG UND DAUERHAFTES NEBENEINANDER

Die Ausgangslage des Szenarios:

In den Jahren 2018 und 2019 war ökologische Nachhaltigkeit das Zeitgeistthema Nummer 1 in Deutschland, ehe es durch die globale Corona-Pandemie aus dem öffentlichen Fokus geraten ist. In den kommenden Monaten und Jahren wird das Thema nicht in gleichem Umfang wieder an Bedeutung gewinnen.

Für viele Unternehmen und BürgerInnen stehen in naher Zukunft existenzielle Fragen im Vordergrund: Die Zahl der Insolvenzen steigt; viele Unternehmen, die am Markt bestehen, haben mit massiven Umsatzeinbußen zu kämpfen; Kurzarbeit und eine steigende Arbeitslosigkeit machen dem privaten Konsum zu schaffen.

Die zuletzt stark steigende Nachfrage nach „grünen Produkten“ verlangsamt sich, Unternehmen stellen Investitionen zurück und die politischen Vorgaben, etwa bei der Umsetzung des Green Deals auf Ebene der EU, werden nicht mehr in so engen Zeitplänen verfolgt, wie sich dies im vergangenen Jahr andeutete.

Das Themenfeld der ökologischen Entwicklung wird dadurch aber nicht verschwinden. Sobald erste wirtschaftliche Erholungen einsetzen, wird es für Unternehmen und KundInnen wieder relevanter, und sobald sich die kurzfristig positiven Umwelt-Effekte des Lockdowns auflösen, wird das Thema auch wieder auf die politische Agenda rücken. Auch bei der Ausgestaltung von Konjunkturprogrammen werden Maßnahmen, die eine nachhaltige Entwicklung fördern, eine Rolle spielen.

In den kommenden Jahren kommt es daher wieder zu einer stetigen Weiterentwicklung nachhaltiger Lösungen und damit auch zu einem weiter ansteigenden Bedarf an notwendiger Finanzierung und grünen Finanzprodukten.

Die steile Wachstumskurve, die solche Produkte in den letzten Jahren hatten, wird aber in den kommenden Jahren nicht wieder erreicht, das Thema „Green Banking“ pendelt sich auf einem moderaten Wachstumspfad ein.

Wie wahrscheinlich ist das Szenario?

Das Szenario erscheint aktuell sehr wahrscheinlich. In den kommenden Monaten – voraussichtlich sogar in den kommenden Jahren – wird die wirtschaftliche Erholung in weiten Teilen der Welt im Vordergrund stehen.

In politischen Hilfsprogrammen werden ökologische Fragen eine Rolle spielen, sie werden aber in einer pragmatischen Rettungspolitik an vielen Stellen von anderen Themen dominiert werden.

Der öffentliche und politische Diskurs der vergangenen Jahre wurde stark von ökologischen Fragen bestimmt, VerbraucherInnen maßen dem Thema eine zunehmend größere Bedeutung bei.

Der Blick zurück auf die globale Finanzkrise der Jahre 2008/09 legt nahe, dass die Bewältigung dieser Krise mittelfristig das dominierende Thema bleiben wird. Mit fortschreitender Erholung werden andere Themen wieder stärker berücksichtigt, nachhaltige Produkte wieder verstärkt nachgefragt werden.

Das Thema Nachhaltigkeit wird wieder deutlich an Bedeutung gewinnen, die Kraft der vergangenen beiden Jahre wird es aber zunächst nicht wieder erreichen.



SZENARIO

GREEN BANKING WIRD ZUM NEW NORMAL

Die Ausgangslage des Szenarios:

Der Beginn des Jahres 2020 stellt die wohl einschneidendste globale Disruption seit dem Ende der Sowjetunion dar: Eine weltweite Wirtschaftskrise noch ungeahnten Ausmaßes wird ganze Volkswirtschaften verändern, Branchenstrukturen aufbrechen und unzählige Unternehmen verschwinden lassen.

Die Ökonomie, wie wir sie vor Corona kannten, wird es nicht mehr geben. Es gibt einen tiefgreifenden Wiederaufbau der globalen Ökonomie, unterstützt von Billionen-Investitionen von Staaten und anderen öffentlichen Institutionen.

Dies bietet eine große Steuerungsmöglichkeit: Investitionen in nachhaltige Technologien können bevorzugt behandelt oder sogar verpflichtend gemacht werden; branchenspezifische Unterstützungen wie eine „Abwrackprämie“ für alte Pkw werden nur für den Kauf von alternativen Antrieben gezahlt; staatliche Bau- und Infrastrukturinvestitionen gehen in den Ausbau der Stromnetze, um die Energiewende voranzutreiben oder in Projekte wie den Ausbau der Ladeinfrastruktur für elektrische Fahrzeuge.

VerbraucherInnen behalten Teile ihre „Lockdown-Gewohnheiten“ bei, die Nachfrage nach konventioneller Mobilität oder Fast Fashion geht zurück. An die Stelle tritt ein reduziertes, bewussteres Konsumverhalten, welches auch die Nachfrage nach Bankprodukten einschließt. Ökologie wird das dominierende ökonomische Thema der kommenden Jahre.

Wie wahrscheinlich ist das Szenario?

Ein ökologisches New Normal ist keineswegs auszuschließen. Erste Ausgestaltungen von Konjunkturhilfen deuten darauf hin, dass ökologische Fragestellungen immer wieder eine Rolle spielen, grüne Technologien bevorzugt behandelt werden.

Wie stark sich dies durchsetzt, wird eine Frage politischer Priorisierung und Durchsetzungsfähigkeit sein. Denn bei allem Willen, Konjunkturhilfen an eine grüne Agenda zu knüpfen, gibt es auch einige Widerstände – wie sich exemplarisch an der massiven Interessenvertretung der deutschen Autoindustrie zeigt, die nicht nur eine Wiederauflage der „Abwrackprämie“ vorantrieb, sondern auch klassische Verbrenner in eine solche Regelung mit aufnehmen wollte.

Auf der Verbraucherseite wird die Länge und Tiefe der Wirtschaftskrise einen maßgeblichen Einfluss auf ihre Nachfrage haben. Kommt es zu einer langanhaltenden Kurzarbeit oder stark steigenden Arbeitslosenzahlen, werden ökologische Fragen im Konsum- und Anlageverhalten in den Hintergrund treten. Kommt es zu einer schnellen ökonomischen Erholung bei einem gleichzeitigen politischen Druck auf grüne Themen, kann das Momentum des Vorjahres wieder erreicht werden. Ökologische Entwicklungen werden zum zentralen Treiber des ökonomischen Wiederaufbaus.

Während ein solches Szenario möglich scheint, spricht doch einiges dagegen. Bei Unternehmen und VerbraucherInnen werden Existenzfragen in den kommenden Monaten im Vordergrund stehen und nachhaltige Aspekte in den Hintergrund drängen, auch bei politischen Hilfen werden Bedingungen nicht mit Nachdruck verfolgt, sondern es wird zunächst eine schnelle und umfassende ökonomische Erholung angestrebt.

„Ich glaube, dass das Thema Green Banking und die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien nicht mehr zurückgedreht werden. Es wird eher zunehmen und zum STANDARD werden.“

Eric Heymann,
Senior Economist, Deutsche Bank



Zusätzliche Projektpartner „Banking – Be Green!“**Medallia**

Das Handelsblatt Research Institute (HRI) ist ein unabhängiges Forschungsinstitut unter dem Dach der Handelsblatt Media Group. Es schreibt im Auftrag von KundInnen, wie Unternehmen, Finanzinvestoren, Verbänden, Stiftungen und staatlichen Stellen wissenschaftliche Studien. Dabei verbindet es die wissenschaftliche Kompetenz des 30-köpfigen Teams aus Ökonomen, Sozial- und Naturwissenschaftlern sowie Historikern mit journalistischer Kompetenz in der Aufbereitung der Ergebnisse. Es arbeitet mit einem Netzwerk von Partnern und Spezialisten zusammen. Daneben bietet das Handelsblatt Research Institute Desk-Research, Wettbewerbsanalysen und Marktforschung an.

Konzept, Recherche und Gestaltung: Handelsblatt Research Institute
Toulouser Allee 27, 40211 Düsseldorf
www.handelsblatt-research.com

Redaktionsschluss: 07.07.2020

Bildquellen: Freepik, Getty Images, iStockphoto

