Deutsche Anleger schreiben Nachhaltigkeit noch klein

Deutsche Anleger schreiben Nachhaltigkeit noch klein

57 Milliarden Euro - auf den ersten Blick eine stattliche Summe, die deutsche Anleger in nachhaltige Finanzprodukte investiert haben. Doch gemessen am Gesamtmarkt, dessen Volumen mehr als das Hundertfache erreicht, wird die Anlageform ihren Exotenstatus einstweilen nicht los. Dabei zeigen sich viele Investoren durchaus aufgeschlossen. Allerdings ist die Aufgeschlossenheit scheinbar eher verbaler Natur und geht mit mangelnder Umsetzung einher. "Die meisten sind durchaus an nachhaltigen Geldanlagen interessiert, haben ihr Geld aber ausschließlich konventionell investiert", bestätigt Volker Weber, Vorstandsvorsitzender des Forums Nachhaltige Geldanlagen e. V. (FNG).

Für immerhin 56 Prozent der deutschen Anleger ist der Aspekt Nachhaltigkeit bei ihren Anlageentscheidungen von Bedeutung. Diese für die Branche erfreuliche Zahl entstammt einer aktuellen Studie der AXA Investment Managers in Kooperation mit TNS Infratest. Sie erstaunt umso mehr, als überhaupt nur 66 Prozent der Befragten den Begriff Nachhaltigkeit überhaupt kennen. Wie aber passt das zusammen mit dem bescheidenen Marktanteil von unter 1 Prozent?

Des Rätsels Lösung lautet: Information. Das Wissen der deutschen Anleger über nachhaltige Investments besteht noch überwiegend aus Lücken, und wo keine klafft, herrscht oftmals allenfalls Halbwissen. So glauben 40 Prozent, dass nachhaltige Geldanlagen prinzipiell weniger Rendite abwürfen. "Das ist ein hartnäckiges Vorurteil, aus dem sich die Vorbehalte gegen nachhaltige Assets großteils speisen", urteilt FNG-Chef Weber. Ein Drittel der an Nachhaltigkeit grundsätzlich Interessierten beklagt, zu wenig zu wissen, um einen Einstieg wagen zu wollen. Das dürfte nicht zuletzt der Begriffsvielfalt geschuldet sein - was Nachhaltigkeit genau bedeuten soll, definiert jeder Emittent nach Gusto. Um die Gunst der Anleger konkurrieren Strategien wie ESG (Environmental, Social and Corporate Government), CSR (Corporate Social Responsibility), SRI (Socially Responsible Investment), SI (Sustainable Investments) und PRI (Principles for Responsible Investments) . Was im Einzelnen unter dem jeweiligen Label zusammengetragen wird, unterliegt auch wiederum einem gewissen Interpretationsspielraum.

Die Anleger benötigen also vor allem Informationen über die angebotenen Produkte. Eine Aufgabe, die insbesondere einer Berufsgruppe zukommt, wie Weber betont: "Das eigentliche Nadelöhr ist nicht der Anleger, sondern der Vermittler, der Berater, der Finanzdienstleister. Hier herrscht jedoch leider auch vielerorts noch Unwissen." Das liege nicht zuletzt daran, dass der unübersichtliche Markt vielen Vermittlern als zu komplex erscheine, um fundierte Anlageentscheidungen ablesen - und in vertretbarer Zeitspanne dem Kunden nahebringen - zu können. "Zudem fehlt es in den Lehrplänen für Finanzdienstleistungsberufe noch allzu oft am Baustein Nachhaltigkeit - hier herrscht dringender Reformbedarf", benennt Weber ein strukturelles Defizit. In eine ähnliche Richtung geht eine Forderung, die satte 68 Prozent der AXA-IM-Umfrageteilnehmer unterschreiben würden: Finanzbildung sollte auf allen Bildungsebenen eine größere Rolle spielen.

Doch auch ohne Informationsoffensive sehen Branchenvertreter nachhaltige Geldanlagen im Aufwind. "Bei institutionellen Investoren und bei Stiftungen gewinnt das Thema spürbar an Bedeutung", registriert etwa Fidel Helmer, Kapitalmarktexperte der Privatbank Hauck & Aufhäuser. Auch Weber sieht diesen Trend und hält mittelfristig einen Marktanteil von 10 bis 15 Prozent für möglich. In der Schweiz seien immerhin schon fast 5 Prozent erreicht. Und das, obwohl den Eidgenossen in der AXA-IM-Studie weniger Finanzwissen konstatiert wird als den Deutschen.

Pressekontakt

ECOSTAMP

Herr Robert Krüger-Kassissa
Schumannstraße 17
13347 Berlin

ecostamp.de
kontakt@ecostamp.de

Firmenkontakt

ECOSTAMP

Herr Robert Krüger-Kassissa
Schumannstraße 17
13347 Berlin

ecostamp.de
kontakt@ecostamp.de

ECOSTAMP - das neue Nachhaltigkeitsportal, wo Anleger und Konsumenten bestimmen, was nachhaltig ist und nicht Anbieter und Produzenten. Neben dieser Abstimmungsmöglichkeit bietet ECOSTAMP aktuelle, interessante Medienberichte und ein umfangreiches Glossar zum Thema Nachhaltige Geldanlagen.