

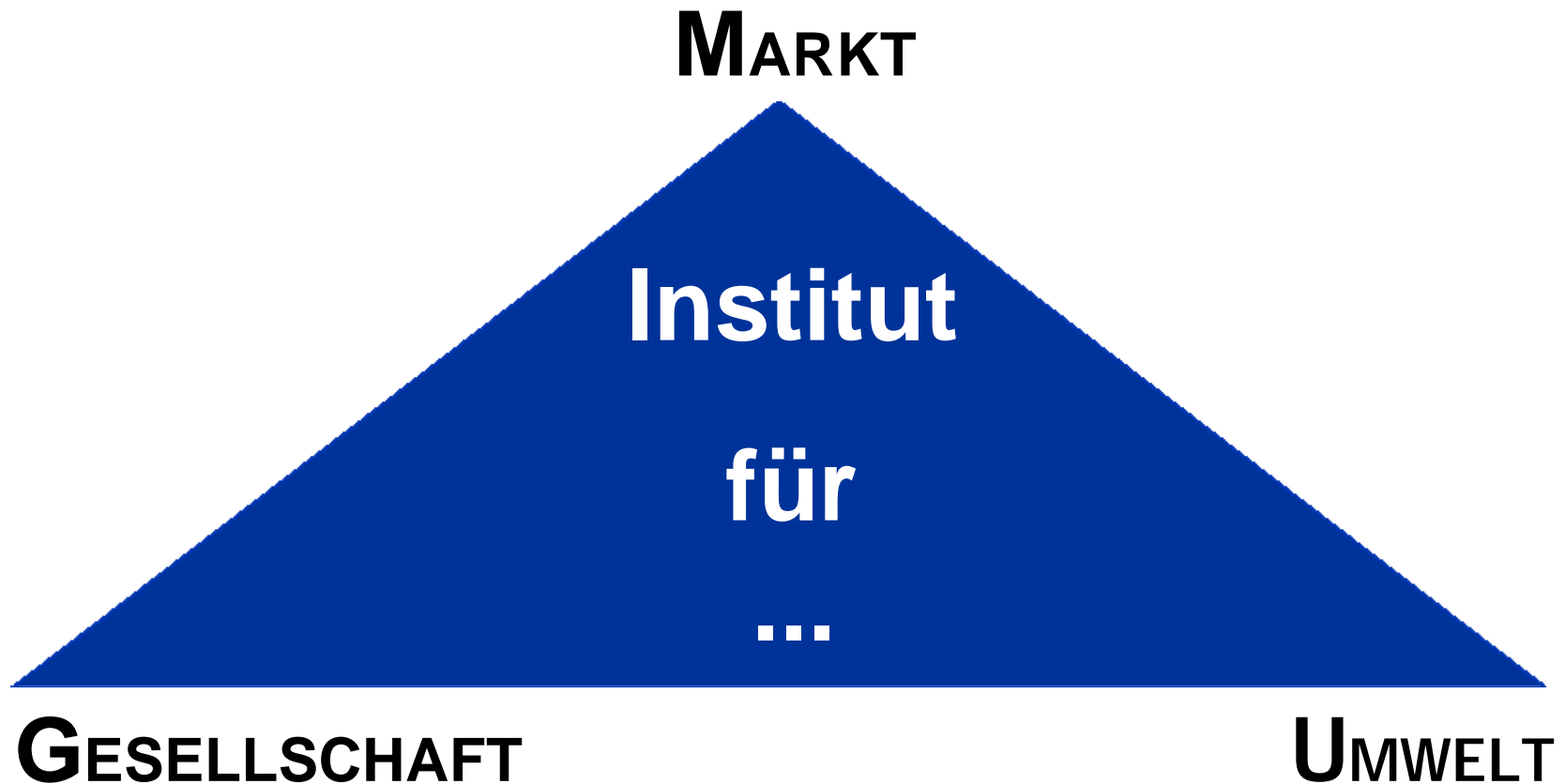
Ethisches Investment in Deutschland - eine empirische Marktanalyse

Silke Stremlau, imug

Vortrag im Rahmen des DAI-Seminars
„Ethisch orientierte Aktienanlage“



imug - Der Name



... an der Universität Hannover

Corporate Research im imug

Unternehmenstest- Research sozial-ökologisch

Nahrungsmittelindustrie

Wasch-und
Körperpflegemittelindustrie

Elektrogeräteindustrie

Joggingschuhindustrie

Sonnenschutzmittelhersteller

Mittlerweile:
**Untersuchungen bei über 500
Unternehmen**

Investment- Research ethisch, sozial-ökologisch

DAX

100
Unternehmen

NAI

Natur-Aktien-Index
für Green Effects

50
Unternehmen

EIRIS +

Internationale
Investment
Research Partner
für FTSE4Good

Vertrieb der EPM-
Datenbank mit
2500 internat.
Unternehmens-
profilen

**Europäische
Konsumenten-
organisation:**

Schwerpunkt
Corporate
Governance

150
Unternehmen

Lupus alpha:
zehn ethische
Ausschlusskriterien

350 europäische
Small und
Mid Caps

Market Research



Befragung institutioneller
und privater Anleger
im Rahmen des
BMBF-Forschungsprojektes







Kundenbefragungen
für die GLS-Bank
zu Themen wie
Kundenzufriedenheit
und Servicequalität

Ethische Publikumsfonds in Deutschland

- Anzahl der ethisch-ökologischen Fonds, Ende 2001: > 50
- Marktanteil der ethisch-ökologischen Fonds: 0,7% (bezogen auf das Fondsvolumen, 2001)

Volumen der ethisch-ökologischen Fonds:

1998:		306 Mio. €
1999:		560 Mio. €
2000:		1,45 Mrd. €
2001:		2,41 Mrd. €

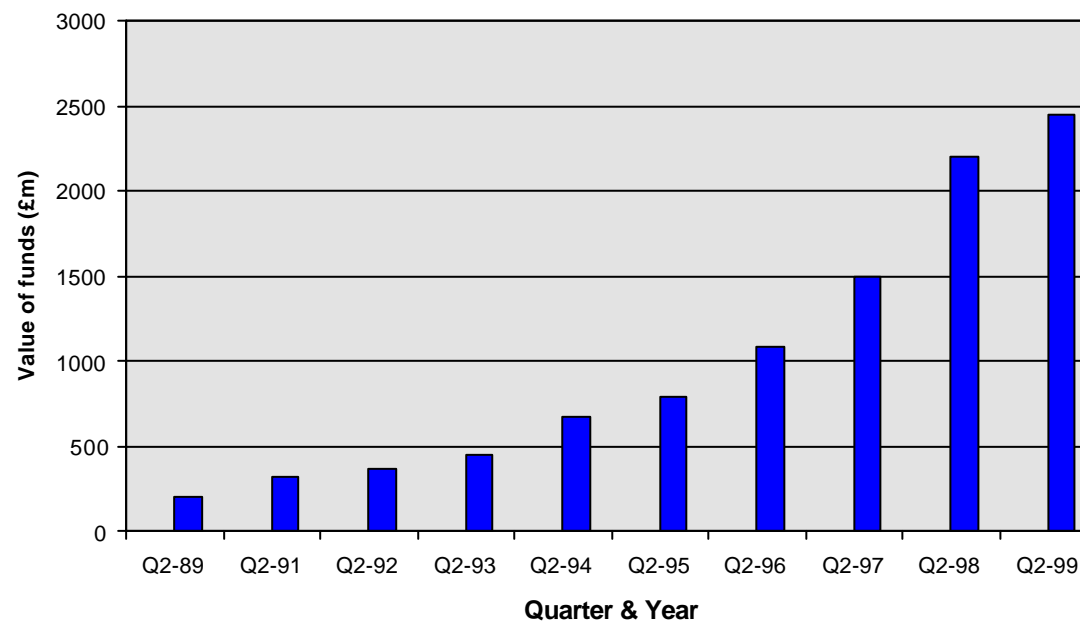
Sources: Franck (1999), Weber (2002)

Ethisch-ökologische Publikumsfonds im Ländervergleich

Schweden: Marktanteil der SRI Fonds im Jahr 2000: 1,7%

Niederlande: Volumen der SRI Fonds im Jahr 2000: 1-1,5 Mrd. Euro

Großbritannien: 55 ethisch-ökologische Fonds
mit einem Volumen von 4 Mrd. BP (Ende 2001)



Volumenentwicklung
ethisch-ökologischer
Fonds in GB

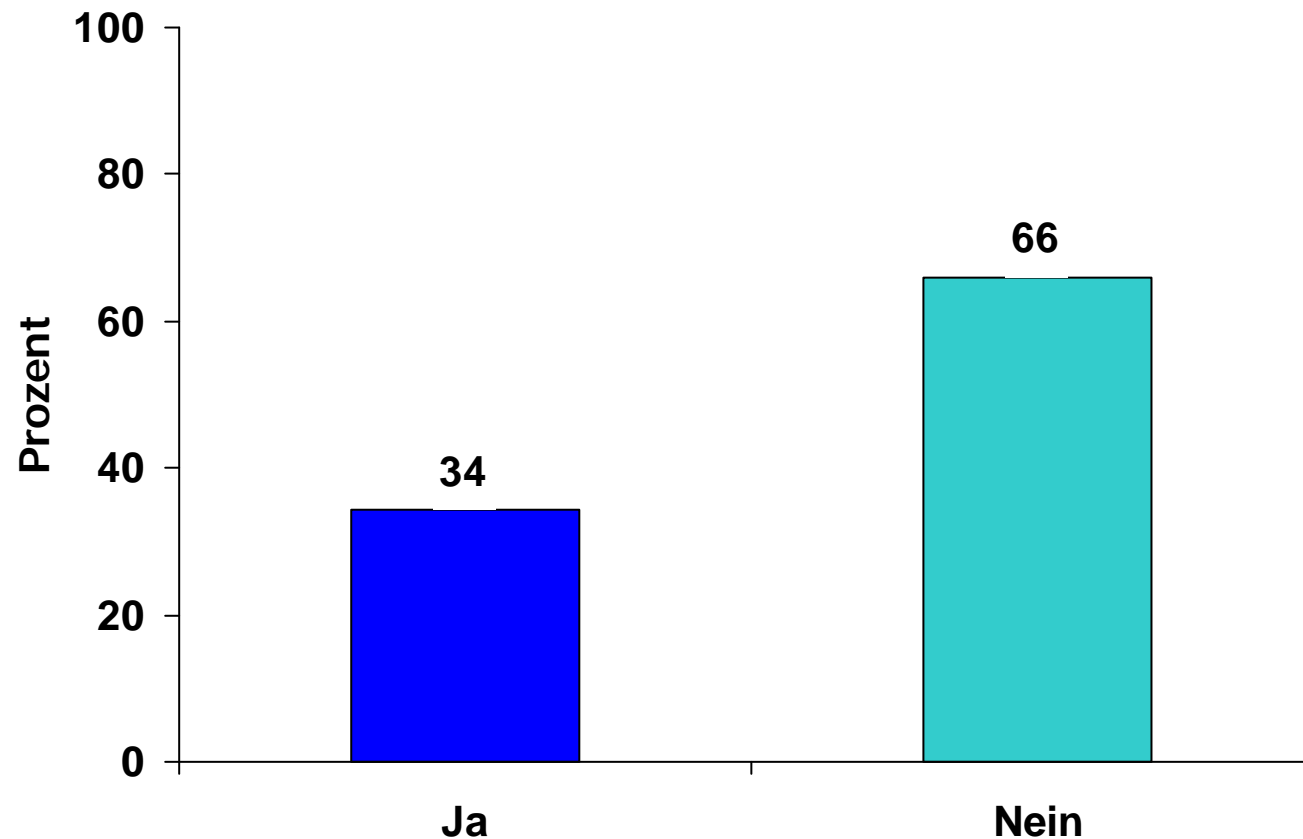
- 1. Was wollen die privaten Anleger?**
- 2. Wie beurteilen institutionelle Anleger die zukünftige Entwicklung?**

Privatanlegerbefragung 2001

- Standardisierte Haushaltsbefragung
- Computer-Assisted-Telephone-Interviewing (CATI) mit vorangehendem Anschreiben an 5000 Haushalte
- Befragung fand zwischen dem 02. Januar 2001 und dem 30. Januar 2001 statt
- Für Geldanlage verantwortliche Personen in den Haushalten wurden gesucht (nicht identisch mit „Haushaltsvorstand“!)
- Anzahl verwertbarer Interviews lag bei 1204, davon 488 mit durchgeführter Conjoint-Analyse
- Konzeption und Durchführung in Zusammenarbeit mit dem Lehrstuhl Marketing I, Markt und Konsum, Frau Prof. U. Hansen, Dr. Th. Hennig-Thurau, D. Bornemann

Kenntnis sozial-ökologischer Geldanlagen

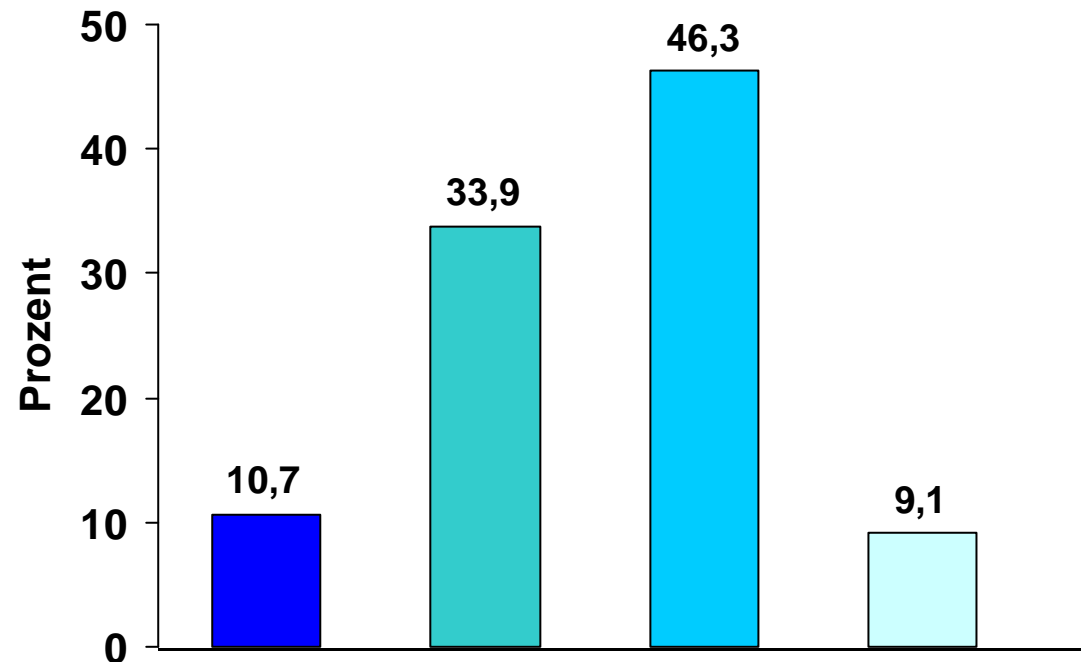
Haben Sie schon mal von Geldanlagen gehört, die solchen Unternehmen oder Projekten zufließen, die besondere ökologische oder soziale Leistungen erbringen?



n=1204

Große Attraktivität sozial-ökologischer Fonds

Wie attraktiv schätzen Sie sozial-ökologische Fonds insgesamt ein?



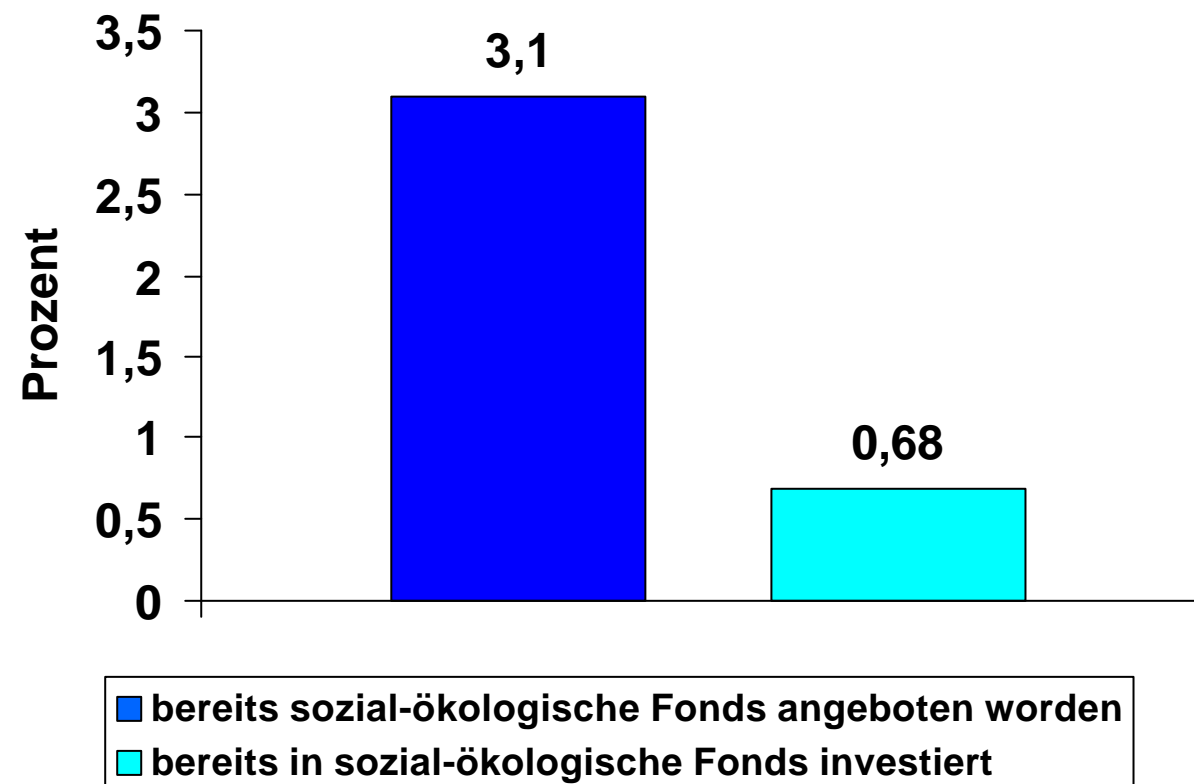
n=1204

- Sozial-ökologische Geldanlagen sehr attraktiv
- Sozial-ökologische Geldanlagen eher attraktiv
- Sozial-ökologische Geldanlagen weniger attraktiv
- Sozial-ökologische Geldanlagen nicht attraktiv

Bisher: Kleiner Markt für sozial-ökologische Fonds!

Sind Ihnen schon einmal sozial-ökologische Fonds angeboten worden ?

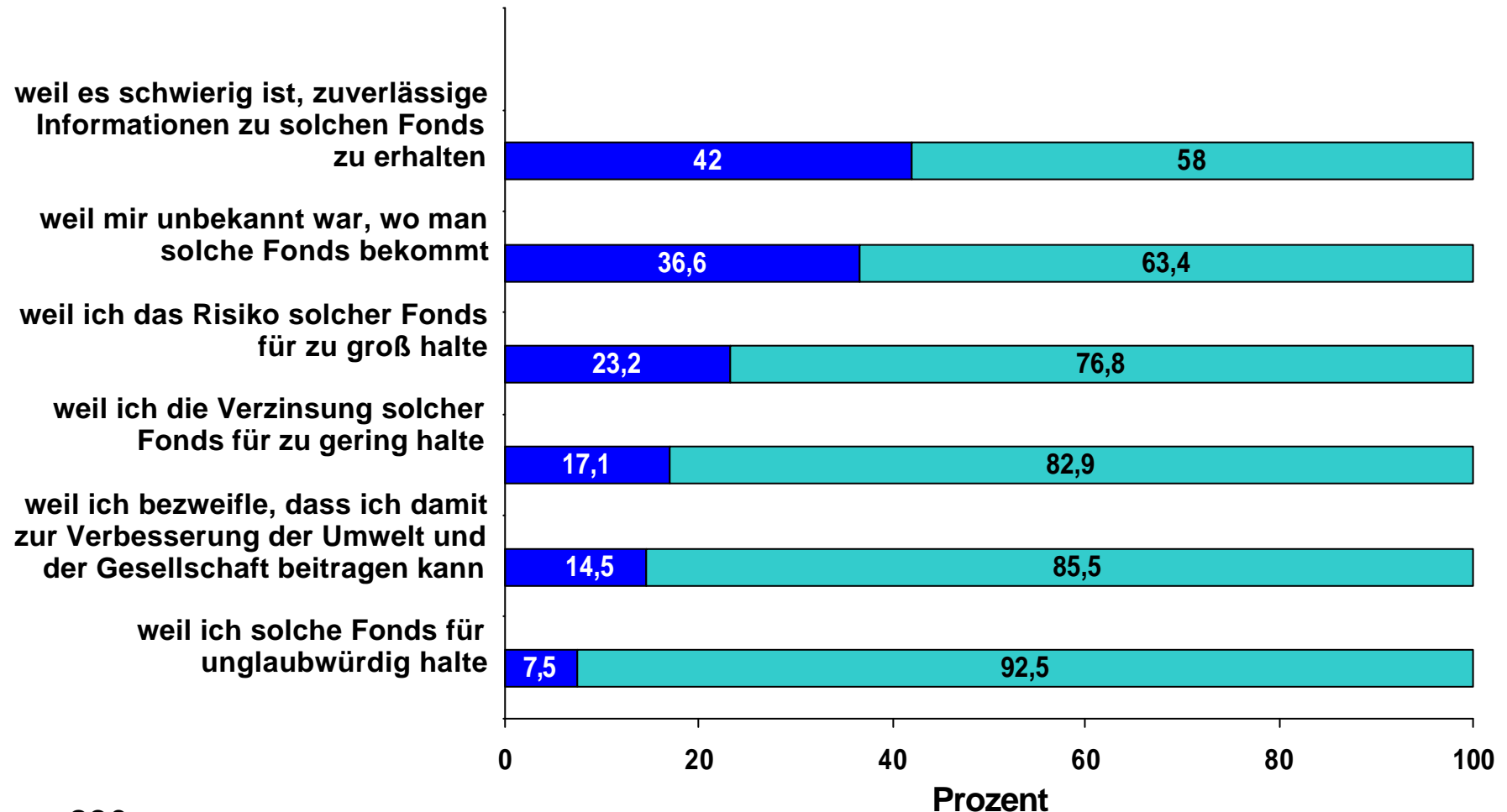
Haben Sie selbst schon Geld in sozial-ökologische Fonds investiert ?



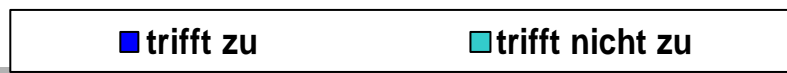
n=230 (Filter:
nur diejenigen, die
bereits von sozial-
ökologischen
Fonds gehört
haben)

Kein Geld in sozial-ökologischen Fonds angelegt, weil ...

Warum haben Sie bisher kein Geld in sozial-ökologischen Fonds angelegt?

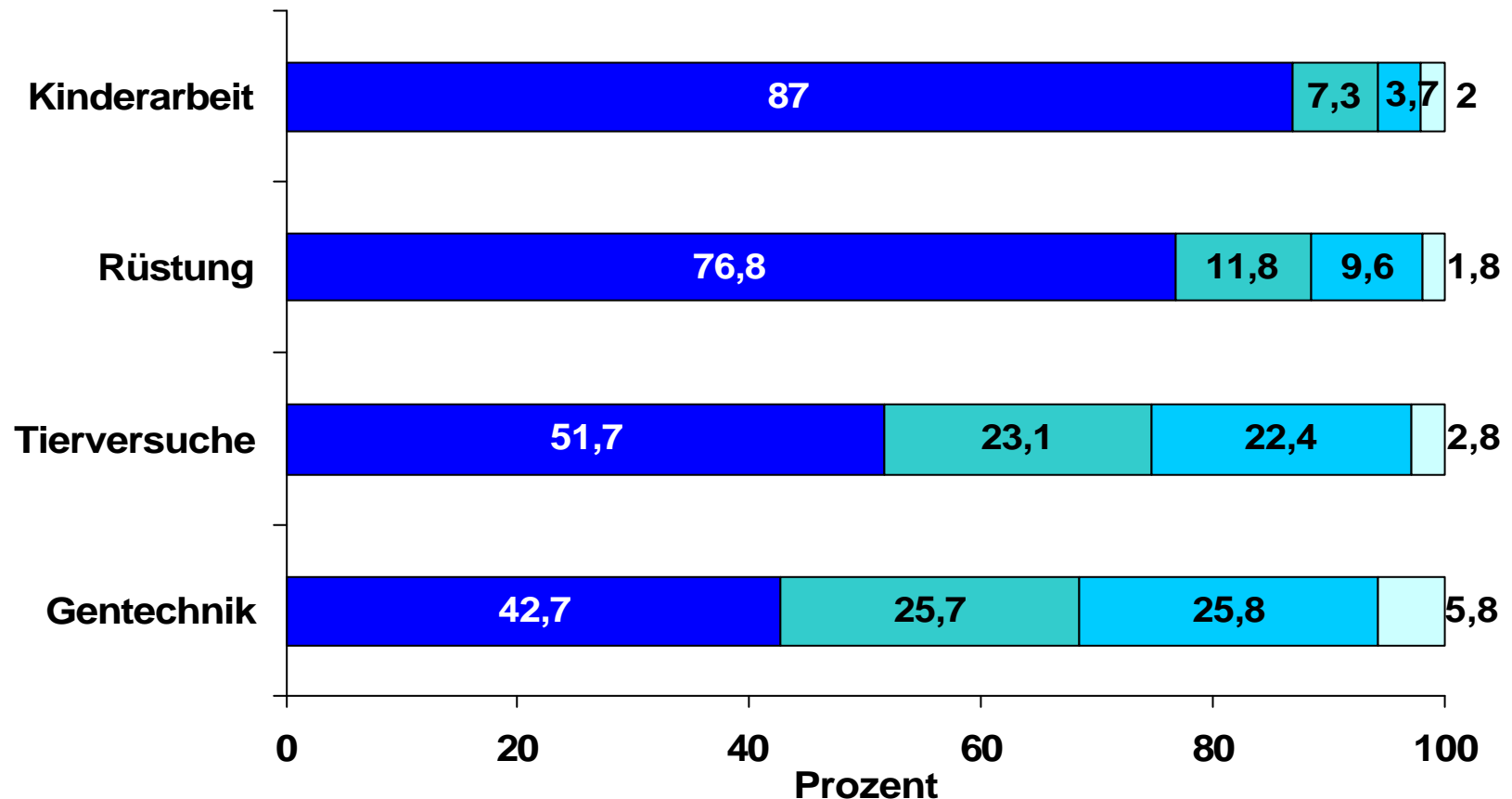


n=230 (Filter: nur diejenigen, die bereits von ethischen Fonds gehört haben)



Die Ausschlusskriterien

Wie wichtig finden Sie es, dass ein sozial-ökologischer Fonds keine Anteile von Unternehmen enthält, die folgende Kriterien erfüllen?

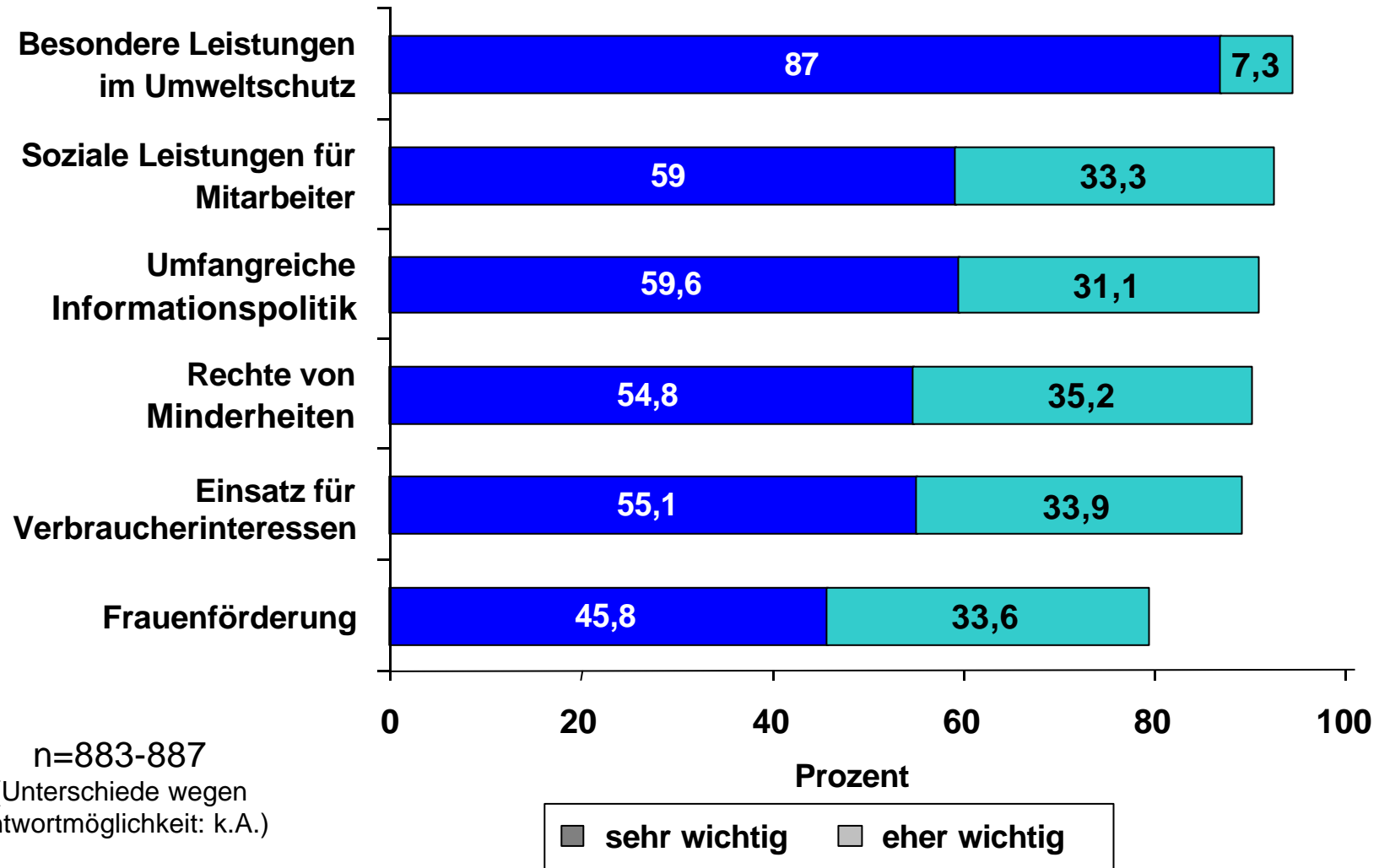


n=864-891
(Unterschiede wegen
Antwortmöglichkeit: k.A.)

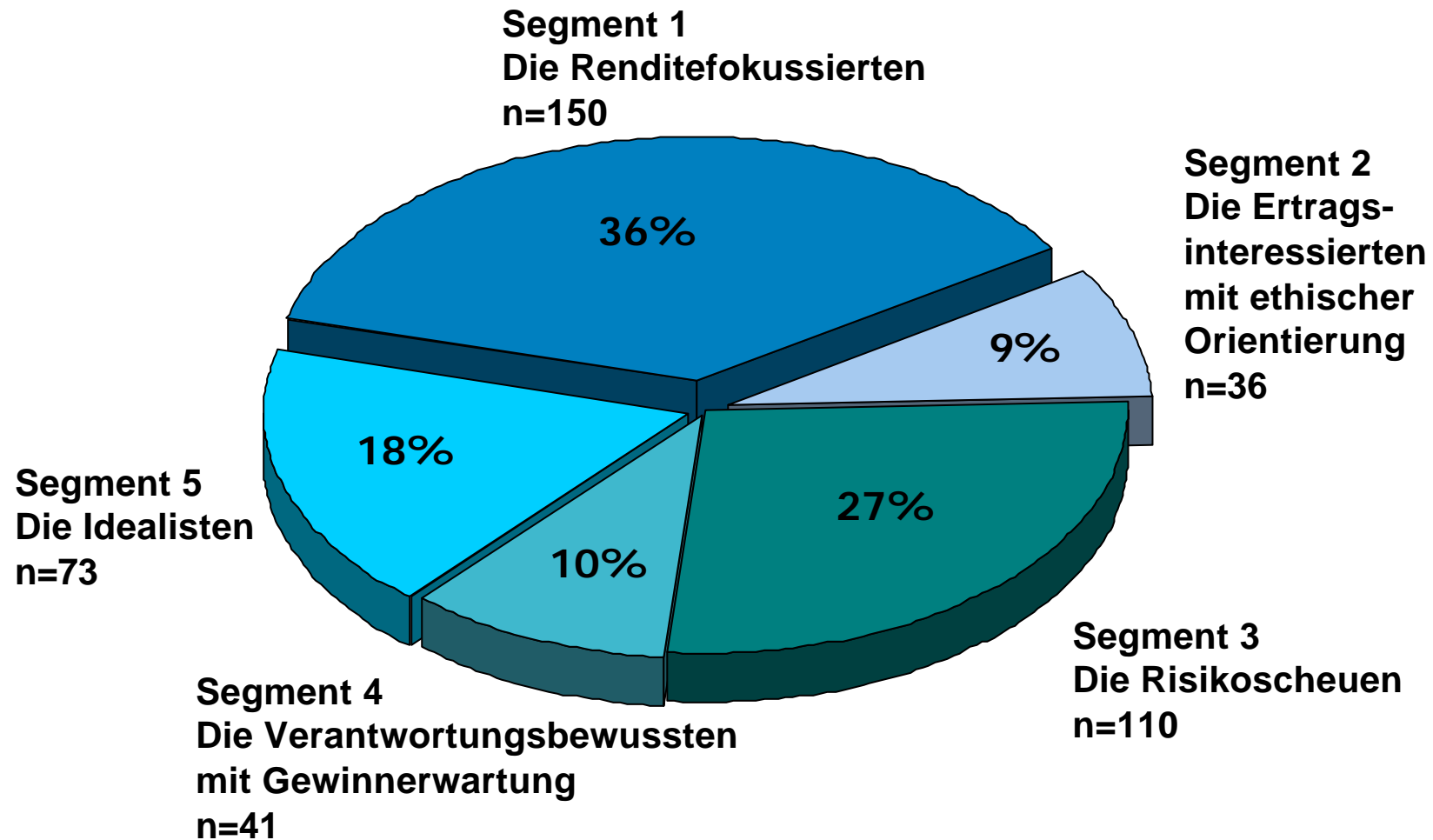
■ sehr wichtig ■ eher wichtig ■ weniger wichtig ■ gar nicht wichtig

Die Positivkriterien

Wie wichtig finden sie es, dass ein sozial-ökologischer Fonds Anteile von Unternehmen enthält, die folgende Kriterien erfüllen?



Nutzensegmente für sozial-ökologische Fonds



n=410 (Filter: Investment in Wertpapierfonds in den nächsten 5 Jahren vorstellbar)

Wichtigkeit der Entscheidungsmerkmale

	Wichtigster Faktor	Zweitwichtigster Faktor	Unwichtigster Faktor
Segment 1 „Die Renditefokussierten“ (n = 150; 36,57%)	Rendite (0,58)	Risiko (0,26)	Sozial- ökologisches Engagement (0,16)
Segment 2 „Die Ertragsinteressierten mit ethischer Orientierung“ (n = 36; 8,71%)	Rendite (0,54)	Sozial- ökologisches Engagement (0,34)	Risiko (0,12)
Segment 3 „Die Risikoscheuen“ (n = 110; 26,87%)	Risiko (0,50)	Rendite (0,30)	Sozial- ökologisches Engagement (0,20)
Segment 4 „Die Verantwortungsbewussten mit Gewinnerwartung“ (n = 41; 9,95%)	Sozial- ökologisches Engagement (0,51)	Rendite (0,33)	Risiko (0,16)
Segment 5 „Die Idealisten“ (n = 73; 17,91%)	Sozial- ökologisches Engagement (0,59)	Risiko (0,24)	Rendite (0,17)

Werte in Klammern sind normierte Wichtigkeiten, die zwischen 0 und 1 schwanken können

Teil 2:

Wie beurteilen institutionelle Akteure die zukünftige Entwicklung?

➔ Kernaussagen von Experten aus dem institutionellen Bereich

Überblick: Befragung institutioneller Akteure

↳ Wer wurde interviewt?

Vertreter institutioneller Akteure im Markt für Ethisches Investment

↳ Was waren die Hauptinteressen bei den Interviews?

- Einschätzung der Marktentwicklung
- Beschreibung und Beurteilung des Anlegerverhalten
- Auswirkungen der Rentenreform
- Hemmnisse bei der Marktentwicklung
- Förderungsmöglichkeiten

↳ Welche Methode wurde angewendet?

Qualitative Interviews: sowohl persönlich als auch telefonisch

Interviewpartner

Finanzintermediäre:

- Banken
- Versicherungen
- Fondsgesellschaften
- Finanzdienstleister

Unternehmen

Anleger:

- Gewerkschaften
- Stiftungen
- Kirchen

Sonstige Akteure:

- Medien
- Wissenschaft
- Verbraucherzentralen
- Unternehmensberatungsgesellschaften

Trends und Kernaussagen der Finanzintermediäre:

„Ein anderer Punkt ist sicherlich die Neutralität und eine unpolitische Haltung, die von Banken erwartet wird. Es wäre sehr schwer für uns, eine öffentliche Positionierung zu wagen, z.B. indem wir vom Kauf eines bestimmten Unternehmens aus ethischen Gründen abraten. Eine derartige Politik ist strengstens zu vermeiden.“

Bankenvertreter

- ↳ Spezialfondsgeschäft wird sich stärker entwickeln als der Publikumsfondsbereich
- ↳ In 10 Jahren könnte der Marktanteil bei ca. 5% liegen
- ↳ langfristig werden überdurchschnittliche Performannewerte erwartet
- ↳ Transparenz für die Kunden aber auch die Anbieter nicht gegeben: keine einheitlichen Standards und kein Label
- ↳ Kundenberater und Makler wollen und können über die Produkte noch nicht informieren

Trends und Kernaussagen von Unternehmen:

„Das Risiko von SRI-Produkten wird langfristig geringer werden, da die dahinter stehenden Unternehmen frühzeitig soziale und ökologische Geschäftsrisiken erkennen und darauf adäquat reagieren könnten.“

Unternehmensvertreter

- ↳ Soziale oder ökologische Kriterien spielen bei der unternehmenseigenen Geldanlage bisher keine Rolle
- ↳ Das Risiko ethisch-ökologischer Geldanlagen wird nicht systematisch anders beurteilt als das konventioneller Geldanlagen
- ↳ zunehmendes Interesse von NGO's, politischen Vertretern und auch von Fondsgesellschaften
- ↳ Kunden aus dem öffentlichen Bereich fragen diese Aspekte vor Auftragserteilung immer häufiger ab
- ↳ fehlendes Gütesiegel u. zu viele unterschiedliche Ansätze

Trends und Kernaussagen institutioneller Anleger:

„Unser Anspruch beim ethischen Engagement war von Anfang an, dass diese Fonds nicht besser performen müssen als der Benchmark, sondern gleich, und das tun sie zur Zeit. Im Sinne der Nachhaltigkeit sollten diese Fonds nämlich erst im Verlauf von zwanzig und mehr Jahren besser performen, nicht aber im kurzfristigen Vergleich.“

Kirchenvertreter

„Wir unterhalten zu mehreren Banken Geschäftsbeziehungen, und alle hatten noch nie etwas davon gehört und reagierten sehr zögerlich, bisweilen sehr abratend.“

Kirchenvertreter

„Alle wissen zwar um die Existenz der Möglichkeit, aber es herrscht eine große Wissenslücke im Hinblick auf konkrete Angebote, auf Informationskanäle, konkrete Umsetzungsmöglichkeiten und neutrale Informationen.“

Stiftungsvertreter

Trends und Kernaussagen institutioneller Anleger:

„Aktien werden nicht berücksichtigt, da sich der Shareholder Ansatz nicht mit den politischen Zielen der Gewerkschaften vereinbaren lässt. Es ist aber denkbar, dass im Rahmen der Diskussion um die Betriebliche Altersvorsorge die starren Strukturen aufgebrochen werden können. Eine Beimischung von Aktien könnte in Zukunft möglich werden.“

Gewerkschaftsvertreter

- ➔ bei ähnlicher Performance ist Potenzial vorhanden
- ➔ Anlageentscheidungen hängen häufig an einzelnen Personen und von deren persönlichem Engagement ab
- ➔ Beim Risiko bestehen keine Bedenken, da die Unternehmen zukunftsfähig ausgerichtet sind und die bevorstehenden Entwicklungen antizipieren werden

Trends und Kernaussagen sonstiger Akteure:

„Nur etwa 2% der Kunden fragen von sich aus nach Produkten aus dem ethischen Bereich. Werden ihnen aber Produkte aus diesem Segment angeboten, sind etwa 50% der Anleger bereit, zumindest Teilbeträge nach sozialen oder ökologischen Kriterien anzulegen.“

unabhängiger Berater

- ↳ Spezialfondsbereich wird deutlich stärker wachsen als der Publikumsbereich
- ↳ Kirchen und Non-Profit-Organisationen wären grundsätzlich zur Anlage bereit → Mangel an geeigneten Produkten
- ↳ für die meisten Kunden reichen wenige Kriterien aus, die gezielt und individuell gewählt werden könnten (Produktvielfalt)
- ↳ Qualitätssiegel nötig, das Vertrauen schaffen könnte

Perspektiven für ethische und nachhaltige Kapitalanlagen in Deutschland

- ➔ Banken und Versicherungen entdecken zunehmend ethische und nachhaltige Kapitalanlagen
- ➔ Stakeholder-Organisationen sind verstärkt an der Entwicklung von Produkten beteiligt
- ➔ Der Markt wird kontinuierlich wachsen: Zunahme ethischer und nachhaltiger Kapitalanlageprodukte; auch sehr unterschiedlicher Konzeption
- ➔ Distribution und Kommunikation sind die Schlüsselfaktoren für die weitere Marktentwicklung



Silke Stremlau
imug investment research

Escherstraße 23
D-30159 Hannover
Telefon: 0511-91115-16
Email: stremlau@imug.de