

Kapitalanlageentscheidung und Socially Responsible Investment in der Praxis

Eine Befragung von Kreditinstituten für
das Kundensegment der institutionellen Investoren

Autoren der Studie

Wissenschaftliche Leitung und Durchführung:

Prof. Dr. Rolf Nagel

FH Düsseldorf – Fachbereich Wirtschaft

Universitätsstraße 1, Geb. 23.32

40225 Düsseldorf

Ernst & Young AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Steuerberatungsgesellschaft

Graf-Adolf-Platz 15

40213 Düsseldorf

Rudolf X. Ruter

Karin Sahr

Natalie Pohl

Sabine Moron

Die Untersuchung wurde mit Unterstützung der HERING SCHUPPENER GmbH, Düsseldorf durchgeführt.

Das Design der Studie

Für die vorliegende Studie wurden insgesamt 155 bewusst ausgewählte Banken, Sparkassen und Kapitalanlagegesellschaften befragt, bei denen zu erwarten war, dass sie sich mit dem Thema „Corporate Social Responsibility (CSR)“ bereits aktiv auseinandergesetzt haben, und die daher eine Einschätzung und weitere Auskünfte zu diesem Marktfeld liefern konnten.

Der Versand der Fragebögen inklusive einer schriftlichen Nachfassaktion fand im zweiten Halbjahr 2007 statt und erzielte eine zufriedenstellende Rücklaufquote von 23 %. Neben den schriftlichen wurden ergänzende mündliche Befragungen einzelner Institute durchgeführt.

Hervorzuheben ist die breite Streuung der befragten Personen in Banken, Sparkassen und Kapitalanlagegesellschaften. Rund 20 % der Befragten üben eine Funktion im Topmanagement (Vorstand und Geschäftsführung) aus. Personen aus dem Asset- bzw. Fondsmanagement sowie die für institutionelle Kunden zuständigen Personen kommen zusammen auf 49 %. Den verbleibenden Anteil bilden Generalisten wie Vorstandsstab, Konzernstrategie oder Investor Relations/Public Relations.

Inhalt

Einleitung	4
Die Kernergebnisse im Überblick	6

01 Der Kontext des SRI-Marktes	
Der Einfluss des Klimawandels	9
Die Bedeutung von Corporate Social Responsibility	10
Performanceerwartungen für SRI-Produkte	12
02 SRI-Produkterstellung	
Gängige SRI-Kriterien	15
Negativ- und Positivlisten	16
Einhaltung von Normen	17
03 Reaktionsmöglichkeiten der Unternehmen	
Beliebteste Informationsquellen	19
Externe Verifizierung	21
04 Die Zukunft von SRI	
Reaktion der Kreditinstitute	23
Entwicklung einheitlicher Standards	24
05 Fazit	26
06 Empfehlungen für die Praxis	
Unternehmen	29
Kreditinstitute	29

07 Die Autoren	
Fachhochschule Düsseldorf, Fachbereich Wirtschaft	31
Ernst & Young	31

Einleitung

Fast wöchentlich werden Nachhaltigkeits- oder Corporate-Social-Responsibility-Berichte (CSR-Berichte) börsennotierter Unternehmen veröffentlicht. Podiumsdiskussionen und Workshops über „ethisch verantwortliches Handeln von Unternehmen“ oder über das „Spannungsfeld von Gewinn und Gemeinwohl“ haben Hochkonjunktur. CSR ist keine Modeerscheinung, sondern hat sich bereits zur zentralen Herausforderung für das Topmanagement eines Unternehmens gewandelt.

Die Studie „Kapitalanlageentscheidung und Socially Responsible Investment in der Praxis“ beleuchtet die zukünftige Bedeutung einer gelungenen CSR-/Sustainability-Politik von Unternehmen aus Sicht deutscher Kreditinstitute, die diesbezügliche Kapitalanlageprodukte für institutionelle Investoren anbieten. Socially Responsible Investment (SRI) kombiniert die finanziellen Ziele (Rentabilitätsziele) von Finanzinvestoren mit ihrer Sorge hinsichtlich der Auswirkungen wirtschaftlichen Handelns auf die natürliche Umwelt, die sozialen Zustände und die kulturellen Spannungsfelder in der Gegenwart und in der Zukunft (in Anlehnung an eurosif 2006). Anders als bei konventionellen Investitionen (Mainstream Investments) spielen also nicht nur die Performanceerwartungen eine Rolle, sondern es stehen verstärkt Kriterien wie soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit im Vordergrund.

Zwar spielen SRIs bei der Vermögensanlage institutioneller Investoren in Deutschland aktuell noch eine untergeordnete Rolle. Erweitert man den Befragungshorizont jedoch auf die nächsten fünf bis 20 Jahre, so gehen die befragten Marktteilnehmer davon aus, dass die Bedeutung der Integration sozialer, ethischer und ökologischer Aspekte in die Kapitalanlageentscheidungen institutioneller Investoren rasant wachsen wird.



Dieses Ergebnis deckt sich mit der aktuellen Marktsituation. Nachhaltige Geldanlagen in Deutschland erreichen enorme Wachstumsraten von mehr als 40 %, machten jedoch 2005 mit 0,3 % nur einen sehr geringen Anteil des in Publikums- und Spezialfonds gemanagten Geldvermögens aus. Deutlich wird, dass Deutschland im Vergleich zu seinen Nachbarländern einen enormen Nachholbedarf aufweist. In Frankreich erreichte das Volumen des in Publikums- und Spezialfonds gemanagten Geldvermögens im Jahr 2005 bereits 14 Mrd. Euro. Im Vereinigten Königreich wurde mit 781 Mrd. Euro sogar ein Marktanteil von mehr als 19 % erzielt (European SRI Study 2006 von eurosif).

Die Sicht von Kreditinstituten auf die Nachhaltigkeitsdebatte ist bislang erst wenig untersucht worden. Das Gros der Nachhaltigkeits- und CSR-Studien beschäftigt sich mit den Problemen der Industrie und nicht primär mit denen von Banken und Kapitalanlagegesellschaften. Jedoch spielen Investoren eine nicht zu unterschätzende Rolle in den Entscheidungsprozessen eines Unternehmens und können somit auch auf deren Nachhaltigkeitsausrichtung einen großen Einfluss ausüben. Nicht zuletzt ist die Perspektive von CSR bzw. Nachhaltigkeit in Unternehmen eine wichtige Voraussetzung, um eine entsprechende Entwicklung des SRI-Marktes skizzieren zu können.

Die vorliegende Studie konzentriert sich deshalb auf folgende Fragestellungen:

- 1. Wie schätzen Kreditinstitute die Marktentwicklung im Kontext von CSR und Nachhaltigkeit ein?**
- 2. Nach welchen Kriterien beurteilen sie Unternehmen, wenn sie entsprechende SRI-Produkte entwickeln?**
- 3. Wie sehen die Informationsbedürfnisse der Kreditinstitute aus und wie sollten Unternehmen darauf reagieren?**
- 4. Wie sind die Wachstumschancen des SRI-Marktes einzuschätzen?**

Die Kernergebnisse im Überblick

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Nachhaltigkeitsstrategien von Unternehmen und das Wachstum im Bereich nachhaltiger Geldanlageprodukte nicht etwa auf reiner Philanthropie beruhen. Stattdessen sind die Haupttreiber eine Reaktion auf zukünftige weltwirtschaftliche Herausforderungen, ökonomische Vorteile für die Unternehmen und positive Performanceerwartungen vonseiten der Finanzexperten.

Bei der Untersuchung des Kontextes, in dem sich der Markt für SRI bildet, wurden folgende Einschätzungen deutlich:

- ▶ Mittel- bis langfristig wird erwartet, dass eine durch den Klimawandel noch verschärfte Armutssituation und die dadurch ansteigenden sozialen Spannungen in heutigen Schwellen- und Entwicklungsländern, die damit einhergehende zunehmende Migration sowie ein Anstieg bewaffneter Konflikte den Wohlstand in den heutigen Industrienationen bedrohen. Maßnahmen, die dem Klimawandel und der weltweiten Armut gegensteuern, sind demnach nicht nur moralisch gut, sondern auch ökonomisch sinnvoll. Die Befragten messen CSR ab spätestens 2012 eine überragende Bedeutung für Unternehmen und deren ökonomischen Erfolg zu.
- ▶ Die Bedeutung der Integration sozialer, ethischer und ökologischer Aspekte in die Kapitalanlageentscheidung institutioneller Investoren wird von den befragten Gesellschaften in etwa parallel zur steigenden Bedeutung von CSR eingeschätzt. Während die Wichtigkeit dieser Faktoren momentan noch als mittelmäßig gewertet wird, gehen die Institute innerhalb der nächsten Jahre von einer rasant wachsenden Bedeutung aus, die langfristig auf einem konstant hohen Niveau bleibt.
- ▶ Unternehmen, die eine CSR-Strategie implementieren, müssen u. U. kurzfristige Einbußen in Kauf nehmen; langfristig erwarten jedoch über 80 % der befragten Finanzexperten einen höheren ökonomischen Erfolg. 71-86 % gehen davon aus, dass sich CSR positiv auf kritische Faktoren des Unternehmenswerts auswirkt wie z. B. Differenzierung vom Wettbewerb, Kunden- und Mitarbeiterbindung sowie die Qualität des Risikomanagements. CSR wird somit zum Werkzeug, um die Attraktivität eines Unternehmens als Investment zu steigern. 11 % der Finanzexperten erwarten, dass die Performance von SRIs derjenigen von klassischen Geldanlageprodukten selbst bei kurzfristigen Anlagezeiträumen überlegen ist. Bei einem Anlagezeitraum von fünf Jahren und mehr erwarten dies sogar 29 %.

Bei der Frage, nach welchen Kriterien SRIs ausgewählt werden und woher die entsprechenden Informationen bezogen werden, bildeten sich folgende Erkenntnisse heraus:

- ▶ Bei der Entwicklung von SRI-Produkten für institutionelle Investoren finden der Best-in-Class-Ansatz und CSR- bzw. Nachhaltigkeitsanalysen unabhängiger Agenturen mit je 37 % vorrangig Eingang, gefolgt von selbst definierten Negativ- und Positivlisten mit 29 % bzw. 23 %.
- ▶ Wird die Einhaltung von Normen als Kriterium genutzt, so finden vorrangig der UN Global Compact, die UN-Menschenrechtscharta, OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sowie unternehmensindividuelle Codes of Conduct Anwendung. Der hohe Anteil fehlender Angaben zu Fragen, die Normen betreffen, zeigt, dass zu vielen Normen aufseiten der Finanzinstitute noch Informationsbedarf bezüglich Inhalt und Anwendbarkeit als Entscheidungsmerkmal zu bestehen scheint.

Zur Frage, wie Unternehmen auf die neuen Informationsbedürfnisse der Finanzinstitute reagieren können, zeigten sich folgende Möglichkeiten:

- ▶ Unternehmen können vorausschauend mit der neuen Marktsituation umgehen, indem sie die Informationen und Kriterien, nach denen SRI-Produkte erstellt werden, möglichst transparent und glaubwürdig nach außen kommunizieren. Vonseiten der Kreditinstitute werden Presseberichte mit 17 % als wichtigste Informationsquelle für SRI-Entscheidungen genannt, gefolgt von Internetauftritt und Lagebericht, denen zu je 14 % eine sehr hohe Bedeutung zugeschrieben wird. Neueren spezifischen Quellen, wie unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsberichten, weisen 11 % der Befragten eine sehr hohe Bedeutung zu.
- ▶ Unternehmen können die Glaubwürdigkeit der veröffentlichten Informationen stark erhöhen, wenn sie diese durch einen qualifizierten externen Dritten verifizieren lassen. Informationen, die durch einen Wirtschafts- und/oder einen technischen Prüfer untersucht wurden, misstraute keine der befragten Personen. 34 % machten keine Angabe; die restlichen 66 % sprachen diesen Informationen eine gewisse oder absolute Glaubwürdigkeit zu.

Bei der Frage nach der Weiterentwicklung des Marktumfelds zeigten sich folgende Wünsche und Erwartungen der Marktteilnehmer:

- ▶ Während momentan noch 45 % die aktuelle Nachfrage nach SRI-Produkten als gering einstufen, nehmen bereits 40 % eine intensive Nachfrage wahr.
- ▶ 29 % der Finanzinstitute verfügen schon über eigene SRI-Analysten und ein eigenes SRI-Portfolio-Team. Weitere 23 % verfügen über ein SRI/Ethical Committee. Jeweils 6 % der Befragten planen die Einrichtung solcher Maßnahmen bis zum Jahr 2010.
- ▶ Die Mehrheit der Finanzexperten sind der Meinung, dass es sowohl einheitliche Research-Standards als auch einheitliche Transparenzrichtlinien für soziales und ökologisches Engagement von Unternehmen geben sollte.

Zu Fragen bezüglich der Festsetzung von Standards gingen die Antworten am weitesten auseinander:

- ▶ Bei der Frage, wie Sozial- und Umweltstandards festgelegt werden sollten, schwanken die Antworten einzelner Investoren von Stakeholderdialogen bis hin zur Festlegung durch staatliche Akteure.
- ▶ Auch was die Festlegung einheitlicher Standards für Nachhaltigkeitsberichte angeht, sind die Befragten nicht einer einheitlichen Meinung. Je 43 % sehen darin die Aufgabe des Staates bzw. der Unternehmen.
- ▶ Im gesamten Verlauf der Studie zeigt sich, dass ein hoher Informationsbedarf bezüglich Inhalt und Qualität bereits existierender Standards besteht, um diese als Informationsquelle und Entscheidungsmerkmal nutzen zu können.

01

Der Kontext des SRI-Marktes

- Der Einfluss des Klimawandels
- Die Bedeutung von Corporate Social Responsibility
- Performanceerwartungen für SRI-Produkte

Der Einfluss des Klimawandels

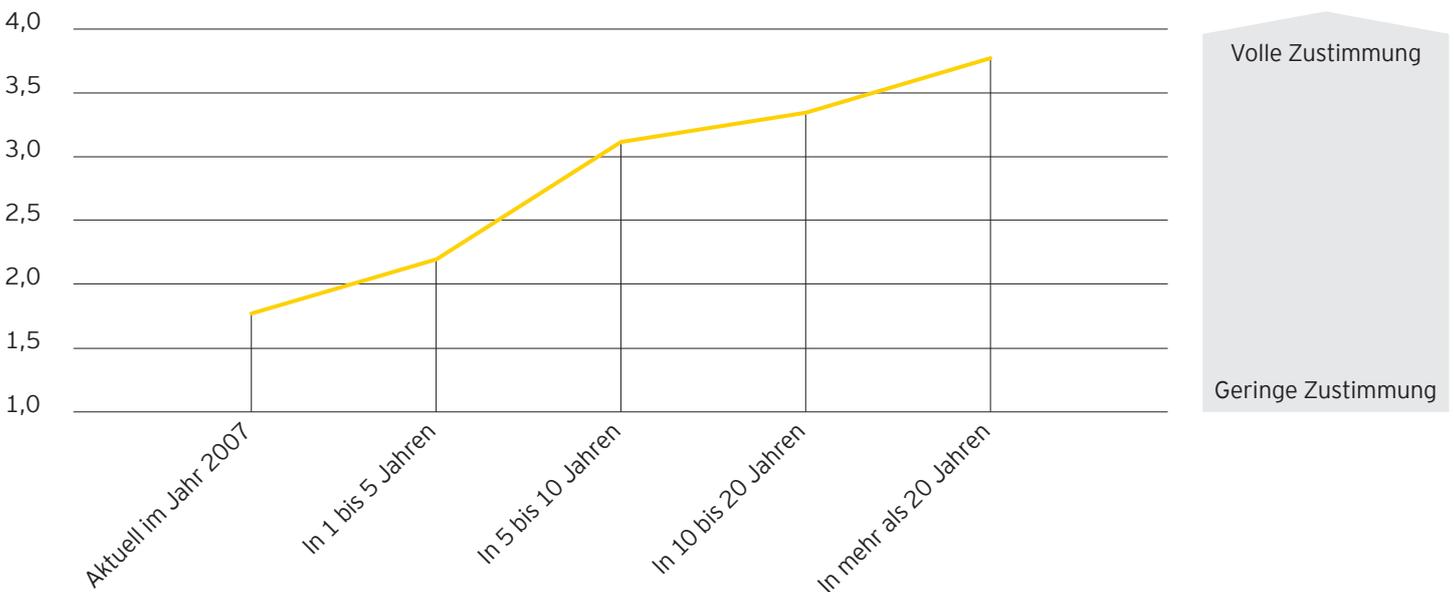
Die prognostizierten Auswirkungen der Erderwärmung werden die natürliche und menschliche Lebenswelt erheblich beeinträchtigen. Es muss damit gerechnet werden, dass die Erwärmung der Erdoberfläche zu einer Überflutung ganzer Inselstaaten und zahlreicher tiefer gelegener Küstenregionen beitragen wird. Darüber hinaus werden durch den prognostizierten Wandel des Erdklimas und dessen Folgen die Produktionsbedingungen für Nahrungsmittel verändert. Insbesondere die armen Länder trifft diese Entwicklung zuerst, da sich die extremen Wetterschwankungen dort verstärkt bemerkbar machen und überflutete oder vertrocknete Ernten ungleich schlimmere Auswirkungen für die Bevölkerung haben. Die Folgen sind ein Anstieg der Armut und der sozialen Spannungen sowie immer häufigere bewaffnete Konflikte. Diese Entwicklung bleibt auch für die Industrieländer nicht ohne Konsequenzen. Ein weltweiter Anstieg der Armut, zunehmende Migration sowie Unruhen in Ländern, aus denen wichtige Rohstoffe stammen, haben direkten Einfluss auf die Weltwirtschaft.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die befragten Banken, Sparkassen und Kapitalanlagegesellschaften wissen, dass sie sich mit dieser Thematik auseinandersetzen müssen. Aktuell sehen die Befragten durch den prognostizierten Wandel des Erdklimas noch keine Bedrohung des Wohlstands in den heutigen Industrienationen. Mittel- und insbesondere langfristig werden jedoch erhebliche Gefährdungspotenziale erwartet.

Darüber hinaus ergab die Studie, dass die befragten Institutionen davon ausgehen, dass der technische Fortschritt und die fortschreitende Globalisierung zu keiner nennenswerten Wohlstandssteigerung in den heutigen Schwellen- und Entwicklungsländern führen werden. Die angenommene weltweite Entwicklung des Klimas und die damit verbundenen wirtschaftlichen Schäden, sozialen Spannungen und zunehmende Migration aus besonders von Armut und Umweltkatastrophen betroffenen Regionen werden nach Ansicht der Befragten ab 2017 erhebliche negative Auswirkungen auf das allgemeine Wohlstandsniveau in den heutigen Industrieländern haben.

Die Aktualität und Dringlichkeit des Themas wird deutlich. Wenn bereits in zehn Jahren erhebliche Auswirkungen spürbar sein werden, ist es nötig, schon heute geeignete Strategien zu entwerfen und umzusetzen, um die kommenden Herausforderungen vorausschauend anzugehen.

Der prognostizierte Wandel des Erdklimas wird zu einer Bedrohung des Wohlstands in den heutigen Industrienationen führen.



Die Bedeutung von Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) ist ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale und ökologische Belange in ihre Unternehmenstätigkeit und in ihre Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren. Damit ist die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen als eine Voraussetzung von CSR anzusehen (in Anlehnung an die Definition der Europäischen Kommission 2001, 2002). Nachhaltige Unternehmensführung (Sustainable Management) ist darauf ausgerichtet, die Beiträge des Unternehmens zu den sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeitsherausforderungen systematisch zu optimieren. Das Unternehmen leistet insofern auf strategischer und operativer Ebene Beiträge zur gesamtgesellschaftlichen Nachhaltigkeit. Ziel ist eine nachhaltige Entwicklung, die die Bedürfnisse der gegenwärtigen Generationen befriedigt, ohne die Möglichkeiten der Bedürfnisbefriedigung für zukünftige Generationen zu gefährden (in Anlehnung an Hauff, Brundtland-Bericht 1987).

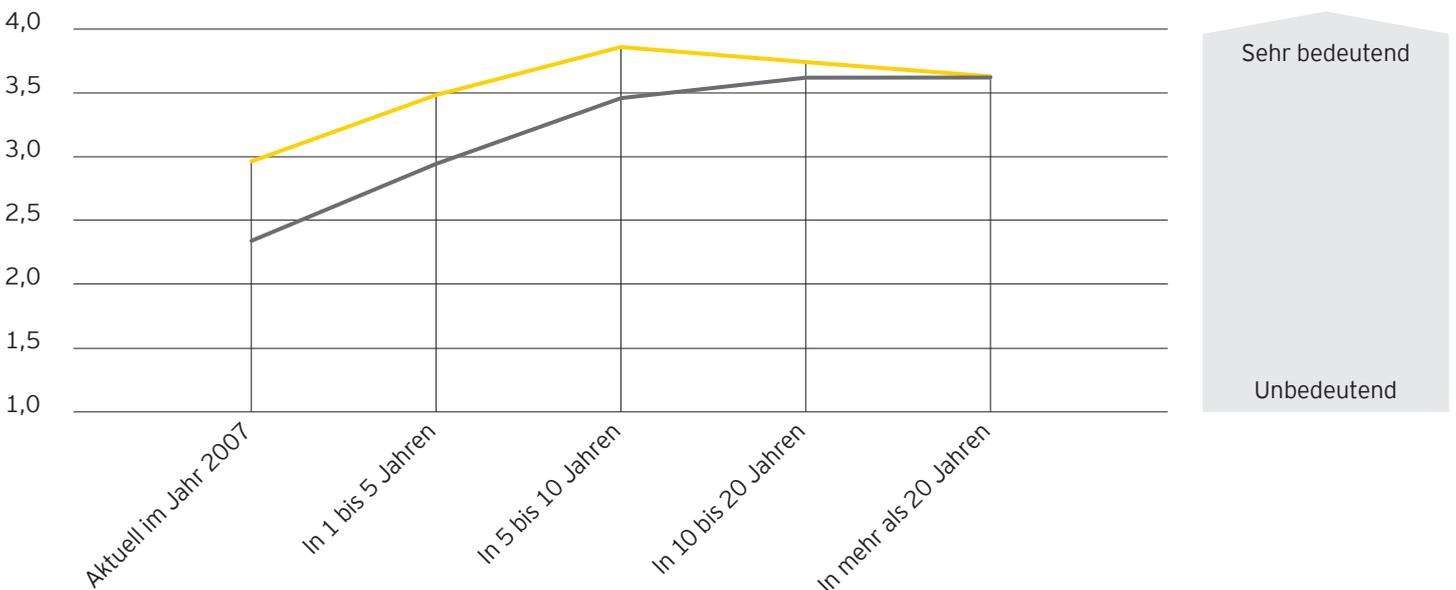
Den bereits zum heutigen Zeitpunkt als für die Unternehmensführung bedeutend eingestuften Themenfeldern CSR bzw. Nachhaltigkeit wird von den befragten Gesellschaften ab 2012 eine übertragende Bedeutung für Unternehmen und deren ökonomischen Erfolg beigemessen.

Die Bedeutung der Integration sozialer, ethischer und ökologischer Aspekte in die Kapitalanlageentscheidung institutioneller Investoren wird von den befragten Gesellschaften in etwa parallel zur steigenden Bedeutung von CSR eingeschätzt. Während die Wichtigkeit dieser Faktoren momentan noch als mittelmäßig gewertet wird, gehen die Institutionen innerhalb der nächsten Jahre von einer rasant wachsenden Bedeutung aus. Diese bleibt dann in der Einschätzung auf einem konstant hohen Niveau.

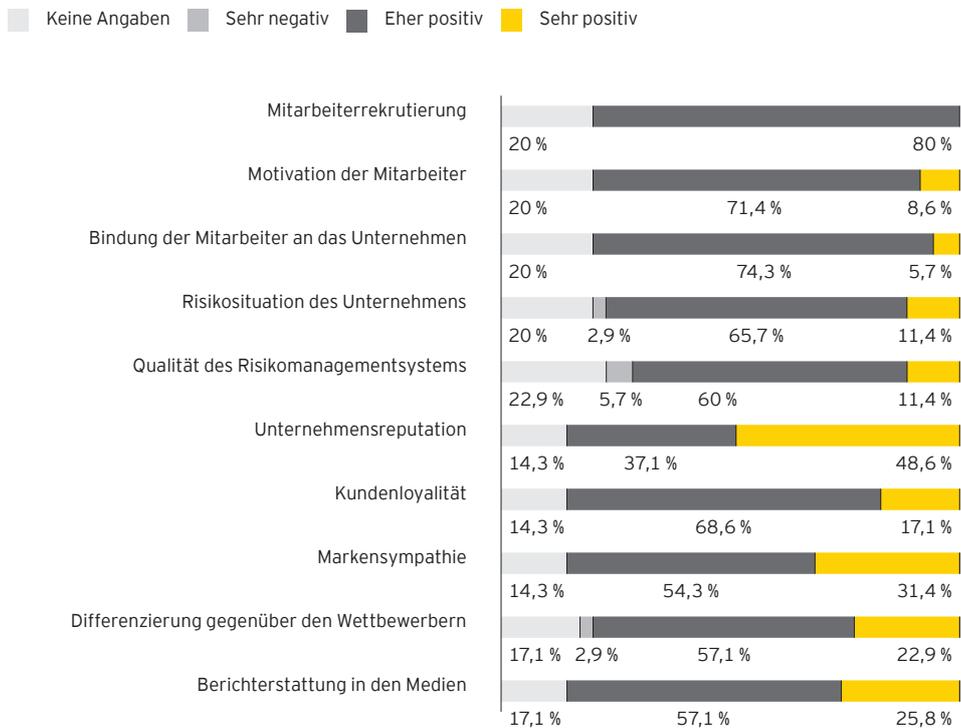
Angesichts der in der Studie prognostizierten anhaltend hohen Bedeutung ökologischer und sozialer Faktoren sowohl in der Unternehmensführung als auch in den Kapitalanlageentscheidungen können die Themenbereiche CSR bzw. Sustainability nicht als „Modeerscheinung“ oder „kurzfristiger Wertehype“ abgetan werden. Das soziale und ökologische Engagement von Unternehmen ist ein notwendiger Gegenpol zu den bereits erläuterten klimatischen und sozialen Entwicklungen, die die Welt und den Wert von Unternehmen in Zukunft beeinflussen werden. Die Wahrnehmung sozialer und ökologischer Verantwortung ist für Unternehmen heutzutage keine Option mehr, sondern eine Notwendigkeit. Eine Notwendigkeit, die zahlreiche Chancen mit sich bringt, wie die Befragungsergebnisse zeigen.

■ Die Themenfelder Corporate Social Responsibility (CSR) bzw. nachhaltige Unternehmensführung sind für Unternehmen und deren ökonomischen Erfolg von zunehmender Bedeutung.

■ Integration von sozialen, ethischen und ökologischen Aspekten (SRI) in die Kapitalanlagenentscheidungen institutioneller Investoren wird immer wichtiger.



Kreditinstitute: „CSR-Programme verbessern Reputation, Kundenloyalität und Markensympathie.“



Knapp die Hälfte der Kreditinstitute sehen die Wirkung von CSR-Programmen auf die Reputation des Unternehmens als sehr positiv an, weitere 37 % als positiv. Knapp 86 % erwarten eine erhöhte Kundenloyalität und Markensympathie, ca. 80 % sehen ein Differenzierungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerb und erwarten eine positive Berichterstattung in den Medien.

Über die Hälfte der Befragten sind der Meinung, dass CSR gerade auch große Chancen für den Mittelstand bietet: Für kleine und mittlere Firmen seien die Chancen zur Profilierung noch höher als für große Unternehmen.

Neben der Außenwirkung hat CSR auch konkreten Einfluss auf die internen Prozesse eines Unternehmens. 80 % der Befragten gehen davon aus, dass ein Unternehmen mit CSR-Strategie Mitarbeiter besser rekrutieren, motivieren und halten kann.

Darüber hinaus wird auch das Risiko eines Unternehmens durch eine CSR-Strategie beeinflusst. Der Einfluss von CSR auf die Risikosituation des Unternehmens bzw. die Qualität des Risikomanagements wird von 77 bzw. 71 % als positiv oder sehr positiv eingeschätzt. Hierdurch lassen sich auch die Risikokosten allgemein wie die risikoadäquaten Finanzierungskosten senken.

Alle genannten Auswirkungen sind Faktoren, die den langfristigen Unternehmenswert sichern und Investitionsentscheidungen positiv beeinflussen. Insbesondere die verbesserte Einschätzung der Risikosituation kann viel bewirken. Ein aktives CSR-Management stellt somit eine wichtige Stellschraube für Investitionsattraktivität dar.

Um CSR-Programme zu implementieren, ist es u. U. notwendig, kurzzeitige Einbußen in Kauf zu nehmen. 69 % halten zwar auch kurzfristig bereits eine eher positive Wirkung für wahrscheinlich; 8,6 % der Befragten gehen jedoch davon aus, dass CSR-Programme kurzfristig einen sehr negativen Einfluss auf den ökonomischen Unternehmenserfolg haben können. Auf lange Sicht geht hingegen keiner der befragten Finanzexperten von negativen Wirkungen aus. 80 % von ihnen erwarten eine positive bzw. sehr positive Wirkung auf den ökonomischen Erfolg des Unternehmens.

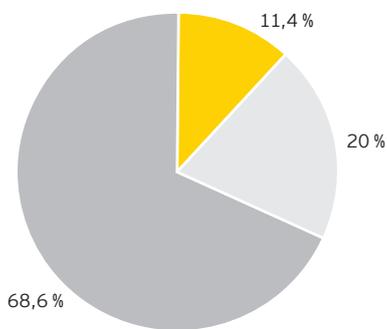
Performanceerwartungen für SRI-Produkte

Nach Ansicht der befragten Kreditinstitute sind über die Hälfte der institutionellen Investoren nicht bereit, „Performanceeinbußen in Kauf zu nehmen“, wenn es um SRI geht. Jedoch ist dies nach ihrer Einschätzung auch nicht nötig, da sich die erwarteten positiven Effekte eines CSR-Engagements in den Performanceerwartungen für SRIs widerspiegeln.

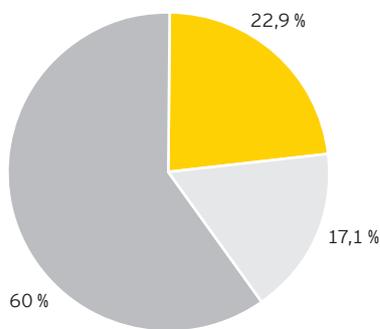
Die Mehrzahl der befragten Personen schätzen die Performance eines konventionellen Finanzinvestments gegenüber einem SRI durchschnittlich oder sogar deutlich geringer ein. Interessant ist die Tatsache, dass bei einem wachsenden Anlagehorizont die Performance von SRI zunehmend positiver eingeschätzt wird als die Performance eines konventionellen Instruments.

Die Performance eines konventionellen Finanzinvestments wird gegenüber einem SRI wie folgt eingeschätzt:

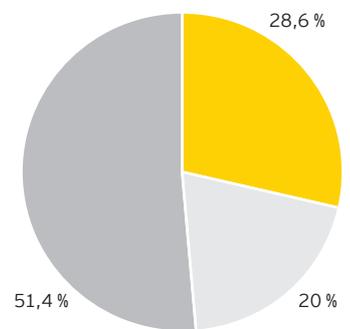
■ Deutlich geringer ■ Keine Angaben ■ Durchschnittlich



Kurzfristig (< 1 Jahr)



Mittelfristig (1 - 5 Jahre)



Langfristig (> 5 Jahre)

40 % der Befragten ...

... messen den Unterschied zwischen einem konventionellen Finanzinvestment und einem SRI regelmäßig selbst.

37 % der Befragten ...

... nehmen nur sporadisch eine eigene Messung vor.

22 % der Befragten ...

... verlassen sich auf regelmäßige oder sporadische eigene Schätzungen.

Deutlich wird, dass die Einbindung von Investmentberatern eher eine untergeordnete Rolle bei der regelmäßigen Abfrage der Performance spielt (sporadische Abfrage 23 % und eine regelmäßige Abfrage 17 %).

Die Auswertung zeigt, dass noch nicht alle Institutionen ausreichend darauf vorbereitet sind, SRIs systematisch in ihr Portfolio zu integrieren. Um dies gewinnbringend zu tun, ist eine regelmäßige Messung unter Einsatz eigener oder fremder Instrumente eine wichtige Voraussetzung.

02

SRI-Produkterstellung

- Gängige SRI-Kriterien
- Negativ- und Positivlisten
- Einhaltung von Normen

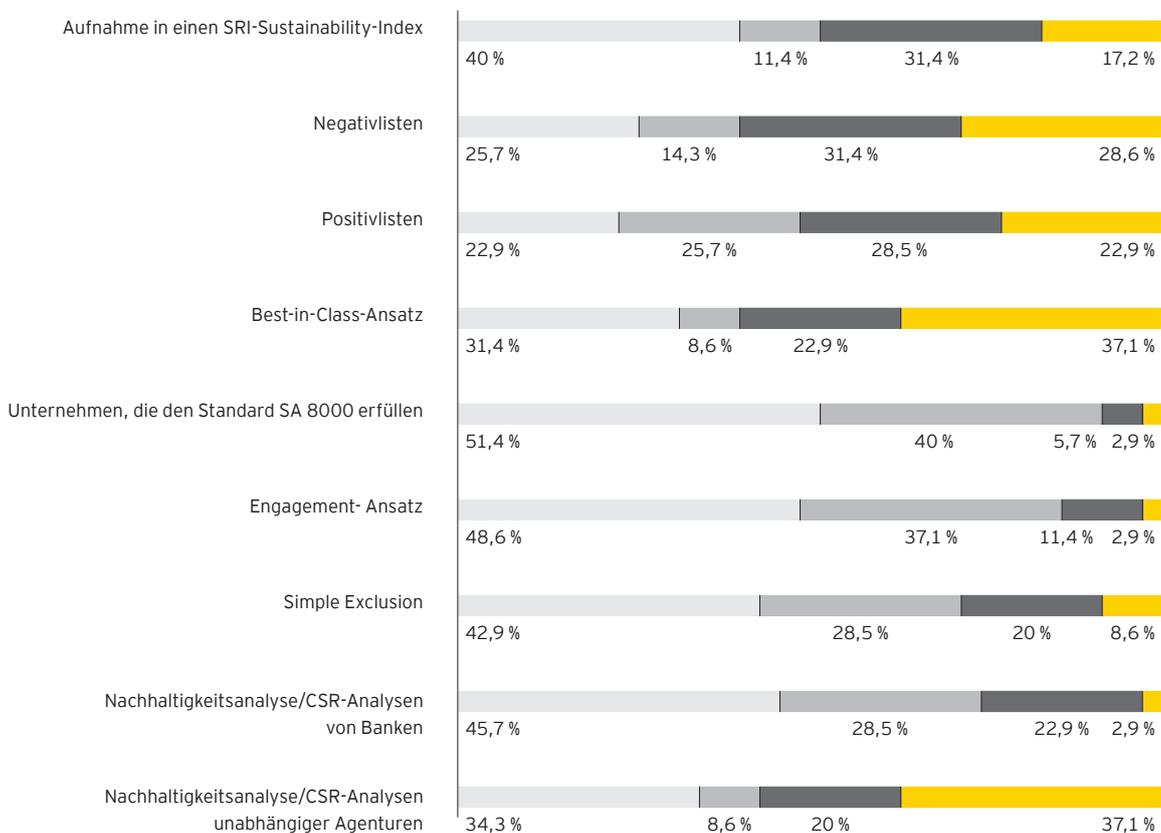
Gängige SRI-Kriterien

Bei der Entwicklung von SRI-Produkten für institutionelle Investoren finden der Best-in-Class-Ansatz und CSR- bzw. Nachhaltigkeitsanalysen unabhängiger Agenturen mit je 37 % vorrangig Eingang. Auch die Aufnahme in einen SRI-Index spielt noch bei 17 % der Entscheidungen sehr häufig eine Rolle. Es wird jedoch deutlich, dass der eigenen Forschung bzw. derjenigen von unabhängigen Agenturen der größte Wert beigemessen wird.

Auffällig ist, dass ein Großteil der befragten Finanzinstitute bei vielen der aufgeführten Kriterien gar keine Angabe gemacht hat. Eine fehlende Einstufung spricht dafür, dass Unsicherheit gegenüber den Kriterien herrscht und diese u. U. nicht allen Finanzinstitutionen bekannt sind. So wurde z. B. die Einhaltung des Standards SA 8000 von 9 % der Befragten als Kriterium verwendet; über die Hälfte der befragten Institutionen machten jedoch zu dem Kriterium gar keine Angabe.

Häufigste Auswahlinstrumente für SRI: Best-in-Class-Ansatz, Nachhaltigkeitsanalysen sowie Negativ- und Positivlisten

Keine Angaben Nie Selten Sehr häufig



Negativ- und Positivlisten

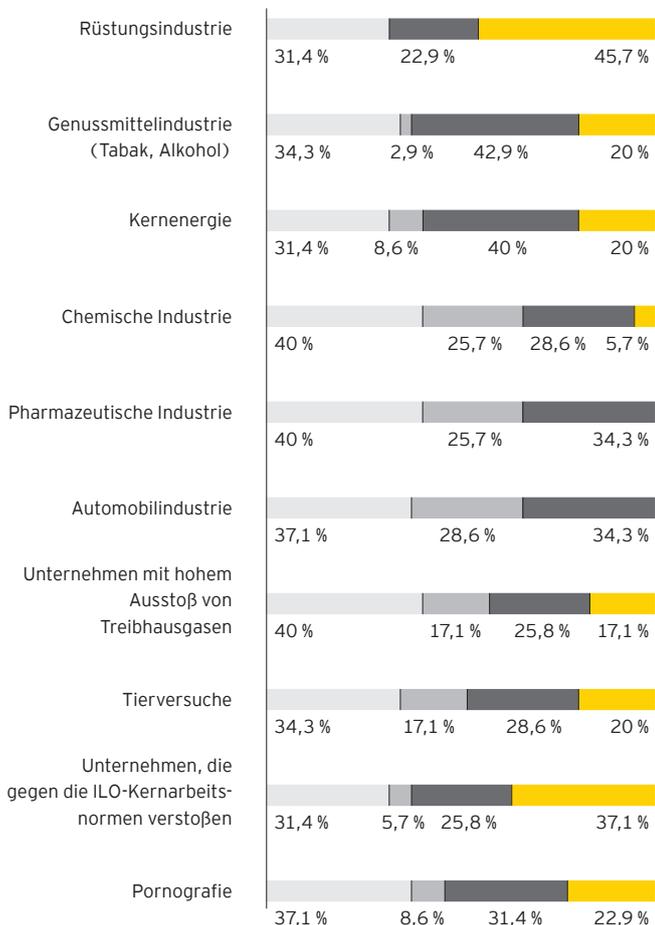
Negativ- und Positivlisten (gezielter Ausschluss bzw. gezielte Förderung bestimmter Merkmale eines Investments) werden von 29 bzw. 23 % der befragten Institutionen sehr häufig als Auswahlinstrument genutzt.

Bei **Negativlisten** ist die Vermeidung von Investments in die Rüstungsindustrie, Kernenergie, Genussmittelindustrie (Tabak, Alkohol) und Unternehmen, die gegen die ILO-Kernarbeitsnormen verstoßen, einem Großteil der befragten Banken, Sparkassen und Kapitalgesellschaften sehr bzw. eher wichtig.

Im Rahmen von **Positivlisten** wird die Einhaltung hoher Sozial- und Umweltstandards von knapp 96 % der Befragten für sehr bzw. eher wichtig erachtet. Auch Hersteller von Technologien zur Reduzierung bzw. Beseitigung von Emissionen und Umweltverschmutzung halten 96 % der befragten Unternehmen im Rahmen von Positivlisten für sehr bzw. eher wichtig.

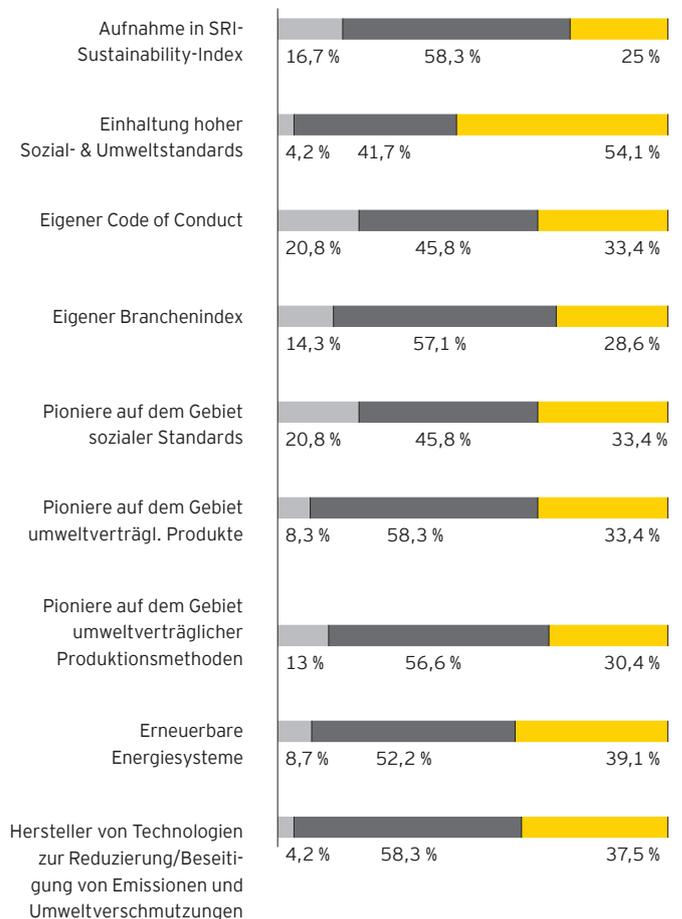
Wichtigste Kriterien bei der Anwendung von Negativlisten: Rüstungsindustrie, Verstöße gegen die ILO-Kernarbeitsnormen

Keine Angaben Unwichtig Eher wichtig Sehr wichtig



Wichtigstes Kriterium bei der Anwendung von Positivlisten: Einhaltung hoher Sozial- und Umweltstandards

Unwichtig Eher wichtig Sehr wichtig



Einhaltung von Normen

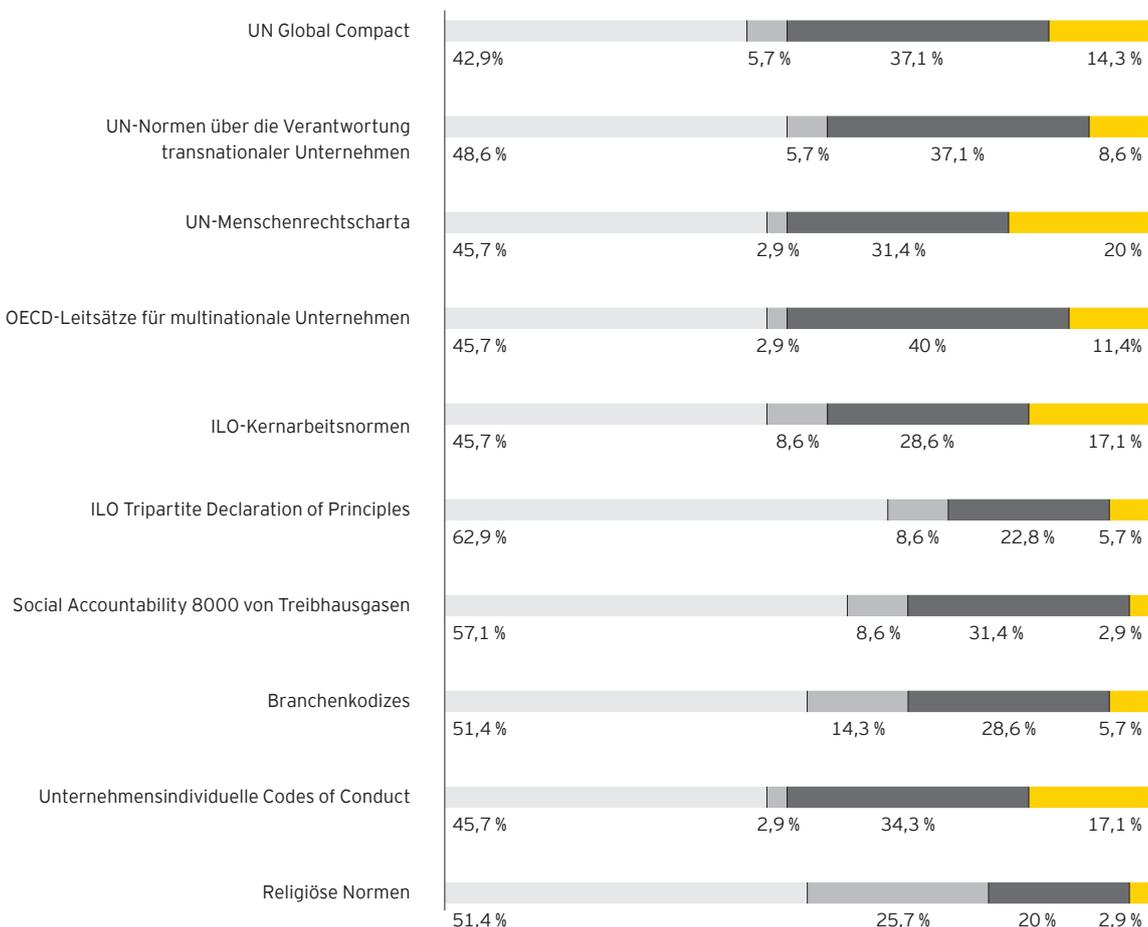
Neben Negativ- und Positivisten nutzen Finanzinstitute auch anerkannte weltweite Normen für die Auswahl von SRIs.

Der UN Global Compact, die UN-Menschenrechtscharta, OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen sowie unternehmensindividuelle Codes of Conduct zählen nach Aussage der befragten Kreditinstitute bei institutionellen Investoren zu den wichtigsten Normen. Religiöse Normen spielen nur bei 23 % der Befragten überhaupt eine Rolle; 26 % halten sie für unwichtig. Angesichts des Anlagevolumens kirchlich oder religiös geprägter Investorengruppen (Kirchen oder entsprechende Sozialverbände) sowie des sich auch in Europa entwickelnden Islamic Banking ist dies ein erstaunliches Ergebnis.

Auffällig ist, dass die zu bewertenden Normen zu 23 - 51 % als sehr bzw. eher wichtig eingestuft wurden und gleichzeitig zu 43 - 63 % gar nicht bewertet wurden. Abgesehen von den religiösen Normen wurden die genannten Normen nur von einem geringen Anteil der Finanzexperten als unwichtig eingestuft. Es scheint, dass die Normen von den Instituten, die sie kennen, als gutes Entscheidungskriterium gewertet werden, jedoch bei knapp der Hälfte der Finanzinstitutionen noch nicht bekannt genug sind. Ein Informationsbedarf bezüglich der Inhalte und Bedeutungen der Normen und Regelwerke wird deutlich.

Bedeutsamste Normen bei der Zusammenstellung von SRIs: UN Global Compact, UN-Menschenrechtscharta, OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, Codes of Conduct

Keine Angaben Unwichtig Eher wichtig Sehr wichtig



03

Reaktionsmöglichkeiten der Unternehmen

- Beliebteste Informationsquellen
- Externe Verifizierung

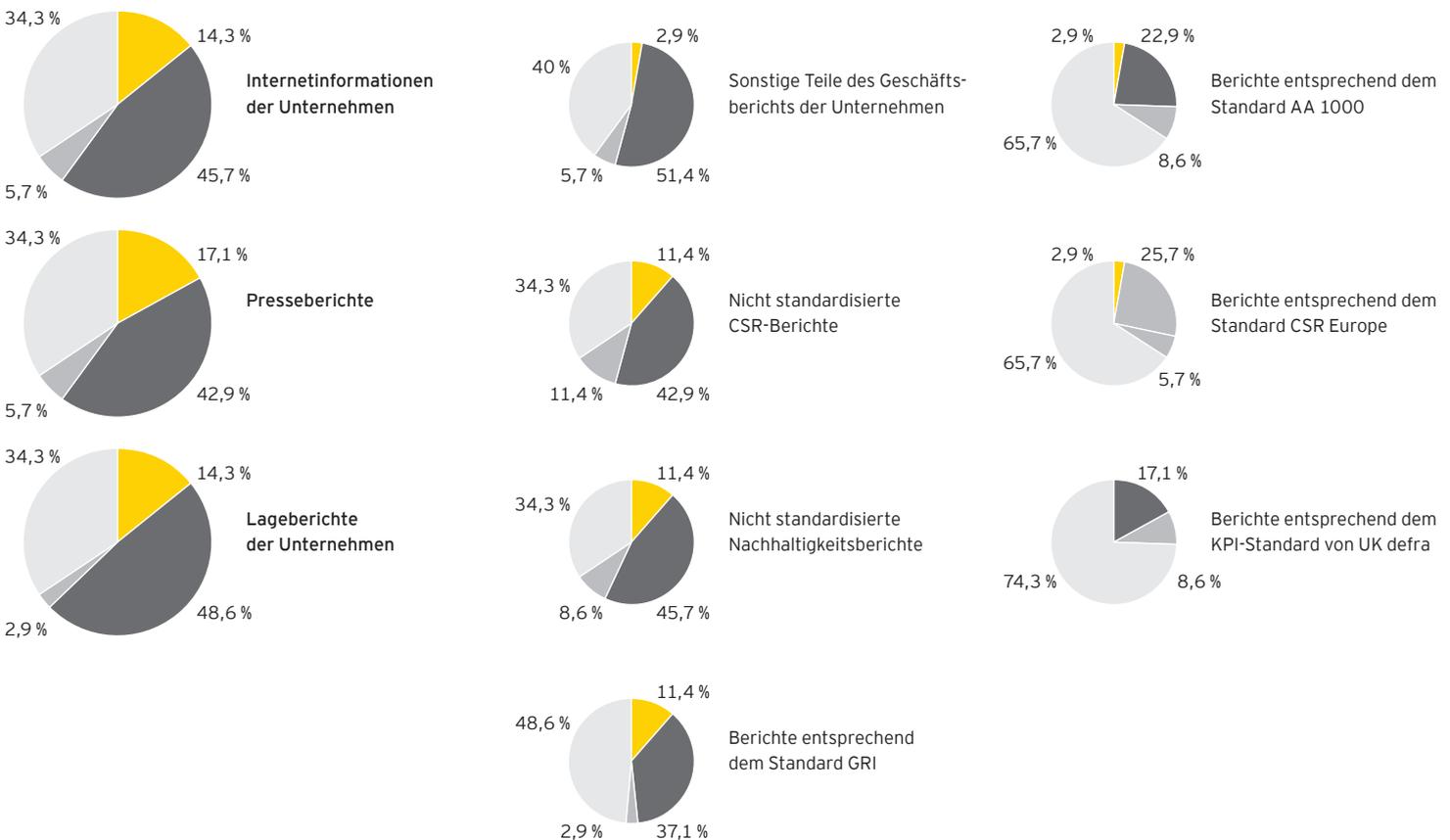
Beliebteste Informationsquellen

Unternehmen können vorausschauend mit der neuen Marktsituation umgehen, indem sie die Informationen und Kriterien, nach denen SRI-Produkte erstellt werden, möglichst transparent und glaubwürdig nach außen kommunizieren. Vonseiten der Kreditinstitute werden Presseberichte mit 17 % als wichtigste Informationsquelle für SRI-Entscheidungen genannt, gefolgt von Internetauftritt und Lagebericht mit einer sehr hohen Bedeutung von je 14 %.

Auffällig ist, dass diese traditionellen Informationsquellen überwiegen, obwohl es inzwischen spezialisierte Quellen gibt. Immer mehr Unternehmen veröffentlichen eigene Nachhaltigkeitsberichte, um über ihr soziales und ökologisches Engagement zu informieren. Diesen wird jedoch nur zu 11 % eine sehr hohe Bedeutung zugewiesen. Dies gilt gleichermaßen für nicht standardisierte Nachhaltigkeitsberichte wie für solche, die nach dem internationalen Standard GRI erstellt wurden.

Wichtigste Informationsquellen: Presseberichte, Internetauftritt und Lagebericht

■ Sehr hohe Bedeutung
 ■ Teils, teils
 ■ Überhaupt keine Bedeutung
 ■ Keine Angaben



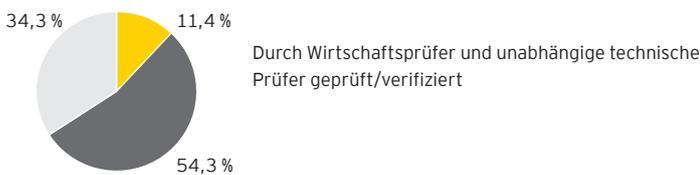
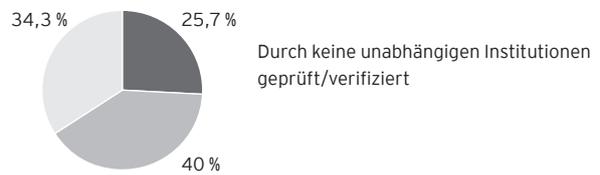
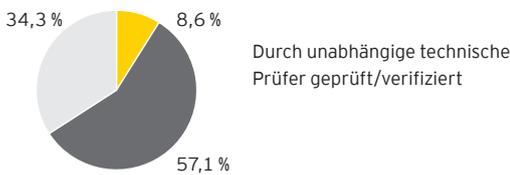
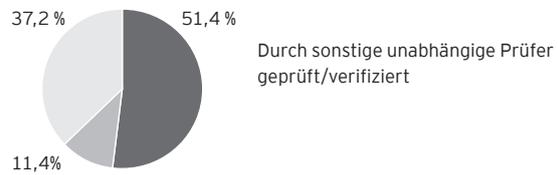
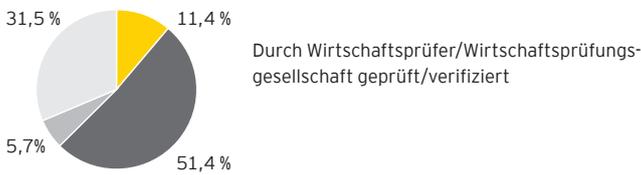
Die Bedeutung der verschiedenen Berichtsstandards scheint noch gering zu sein. So kann aus dem Antwortverhalten abgeleitet werden, dass viele der befragten Institute, die keine Angaben zu diesem Punkt gemacht haben, den genannten Berichtsstandard nicht oder kaum kannten.

Auffällig ist dies vor allem bei den Standards AA 1000, dem Standard von CSR Europe sowie dem KPI-Standard von UK defra, zu denen jeweils über 65 % keine Angabe machten.

Doch auch beim GRI-Standard, der sich aller Voraussicht nach als weltweit einheitlicher Standard für Nachhaltigkeitsberichte durchsetzen wird, zeigen die zu 49 % fehlenden Angaben, dass ein Informationsbedarf über den Inhalt und die Qualität des Standards besteht, um ihn als geeignete Entscheidungshilfe nutzen zu können.

Externe Verifizierung erhöht die Glaubwürdigkeit der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

■ Absolut glaubwürdig ■ Teils, teils ■ Nicht glaubwürdig ■ Keine Angaben



Neben der Qualitätskontrolle und erhöhten Transparenz der internen Prozesse lassen sich verifizierte Informationen glaubwürdiger kommunizieren und können die Entscheidung von Finanzinstitutionen bei der Zusammenstellung von SRI-Produkten stark beeinflussen.

Externe Verifizierung

Die Glaubwürdigkeit der veröffentlichten Informationen kann durch eine externe Überprüfung gesteigert werden. Werden Informationen durch einen Wirtschaftsprüfer geprüft, so sprechen 11 % der Befragten den Informationen absolute Glaubwürdigkeit zu und gut 51 % äußerten ein gewisses Vertrauen in die Informationen. Nur 6 % misstrauten den Informationen trotz der externen Überprüfung. Dieses Misstrauen kann durch Hinzuziehung eines unabhängigen technischen Prüfers gesenkt werden. Informationen, die durch einen Wirtschaftsprüfer in Zusammenarbeit mit einem technischen Prüfer untersucht wurden, misstraute keine der befragten Personen; 66 % sprachen diesen Informationen eine gewisse oder absolute Glaubwürdigkeit zu.

Das Vertrauen in andere unabhängige Prüfer ist nicht so stark ausgeprägt. Ihnen wurde von den Befragten keine absolute Glaubwürdigkeit zugeschrieben und 11 % hielten die Informationen sogar für unglaubwürdig. Berichte ohne Verifizierung werden von 40 % als nicht glaubwürdig betrachtet. Vor diesem Hintergrund überrascht jedoch die bereits erwähnte Bedeutung von Presseberichten und eigenen Internetauftritten als Informationsquellen.

Die Ergebnisse zeigen den Mehrwert, den Unternehmen davon haben, veröffentlichte Informationen wie Nachhaltigkeitsberichte extern verifizieren zu lassen. Neben der Qualitätskontrolle und erhöhten Transparenz der internen Prozesse lassen sich verifizierte Informationen glaubwürdiger kommunizieren und können die Entscheidung von Finanzinstitutionen bei der Zusammenstellung von SRI-Produkten stark beeinflussen.

04

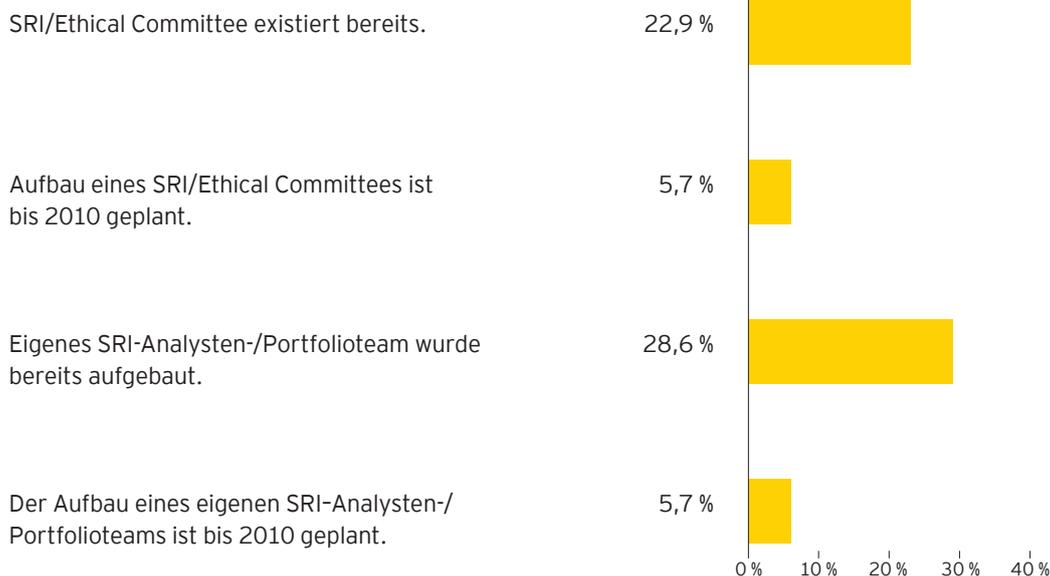
Die Zukunft von SRI

- Reaktion der Kreditinstitute
- Entwicklung einheitlicher Standards

Reaktion der Kreditinstitute

Noch ist nicht bei allen Kreditinstituten die neue Marktentwicklung angekommen. Doch während momentan noch 45 % die aktuelle Nachfrage nach SRI-Produkten als gering einstufen, nehmen bereits 40 % eine intensive Nachfrage wahr. Die Institutionen bereiten sich auf die neuen Anforderungen auf unterschiedliche Art und Weise vor. 29 % verfügen bereits über eigene SRI-Analysten und ein eigenes SRI-Portfolioteam. Weitere 23 % verfügen über ein SRI/Ethical Committee. Jeweils 6 % der Befragten planen die Einrichtung solcher Maßnahmen bis zum Jahr 2010. Eine Vielzahl der befragten Institute erläuterten in diesem Zusammenhang auch, dass SRI-Analysen und auch das diesbezügliche Portfoliomanagement mit Unterstützung oder sogar vollständig durch externe Beratungsunternehmen erfolgen.

SRI-Komitees und Portfolioteams werden weiter aufgebaut.

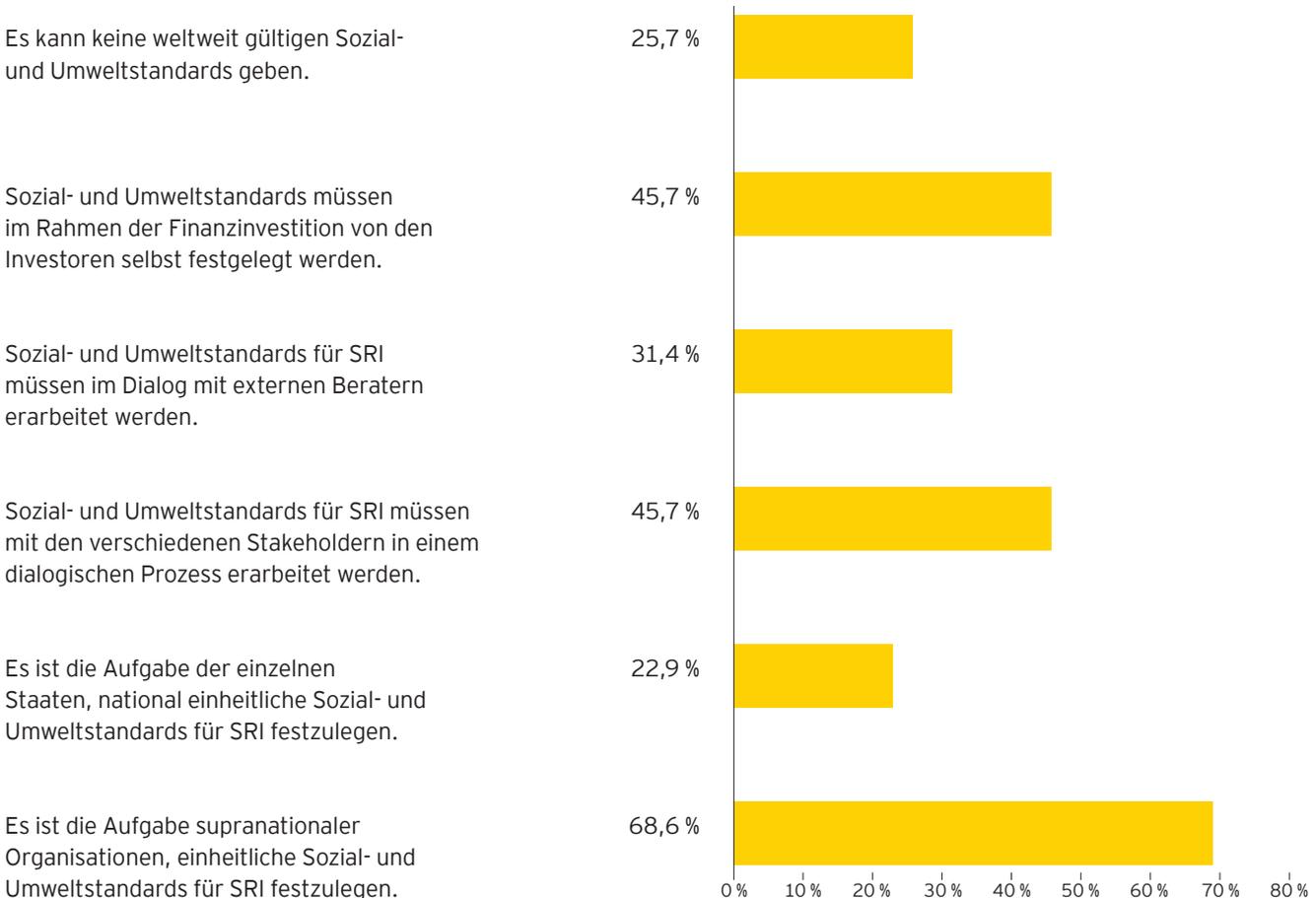


Entwicklung einheitlicher Standards

Wie sich der SRI-Markt in Zukunft gestalten wird, hängt auch davon ab, wie sich die Rahmenbedingungen für diesen Markt weiterentwickeln. Die Entwicklung einheitlicher Standards sowohl für die Umsetzung und Analyse von Nachhaltigkeitsstrategien als auch für die Berichterstattung wird von den befragten Institutionen als wichtig angesehen.

Die Mehrheit der Finanzexperten sind der Meinung, dass es sowohl einheitliche Research-Standards als auch einheitliche Transparenzrichtlinien für soziales und ökologisches Engagement von Unternehmen geben sollte. Laut Studie sind 46 % der Finanzexperten der Meinung, dass die Sozial- und Umweltstandards im Rahmen einer sozial verantwortlichen Investition von den Investoren selbst festgelegt werden sollen. Ebenfalls 46 % sind dafür, diese mit den verschiedenen Stakeholdern im dialogischen Prozess zu erarbeiten, 31 % empfehlen, dafür einen externen Berater einzubinden. Während nur 23 % die Aufgabe des Festlegens einheitlicher Kriterien bei einzelnen Staaten sehen, findet eine Festlegung durch supranationale Organisationen wie EU oder UN eine breite Zustimmung von 69 %. (Mehrfachnennungen waren möglich.)

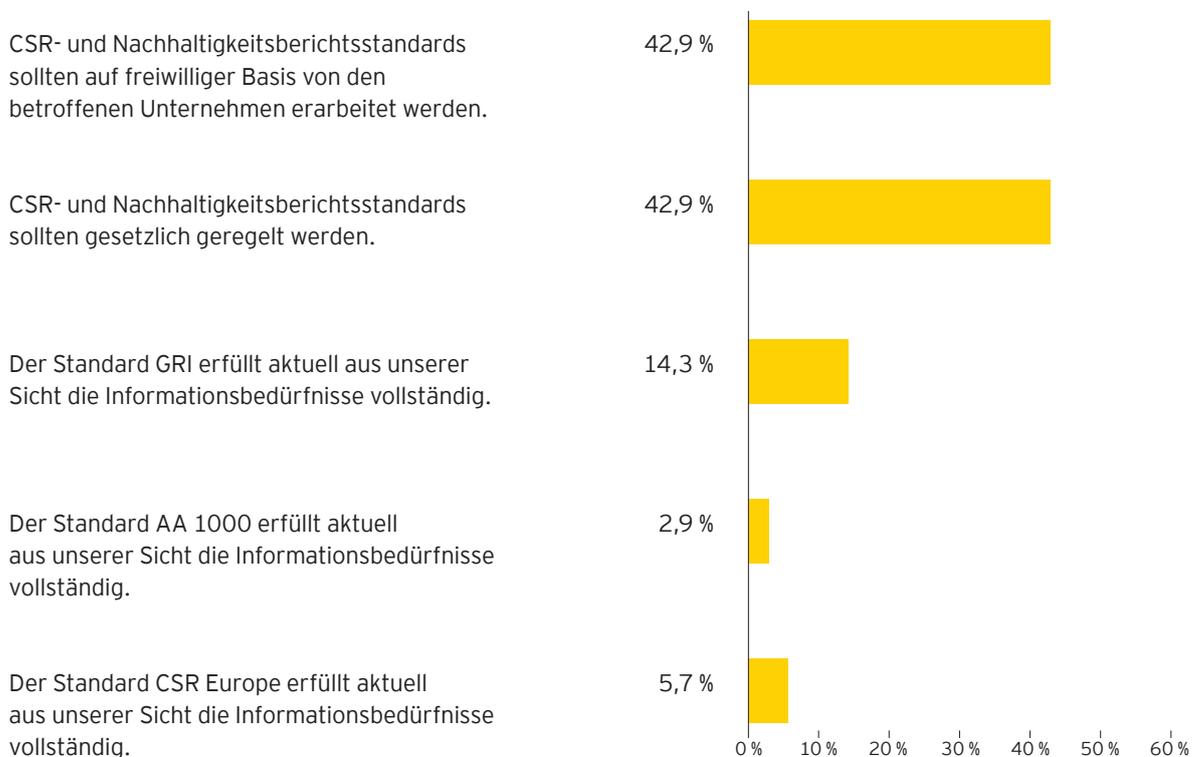
Divergierende Meinungen über die Verantwortlichkeit für die Festlegung von Sozial- und Umweltstandards



Ob die Standards bezüglich CSR- und Nachhaltigkeitsberichterstattung gesetzlich oder freiwillig von den Firmen geregelt werden sollen, darüber gehen die Meinungen der Finanzspezialisten auseinander: Jeweils 43 % sind der einen bzw. der anderen Meinung.

Dem bereits existierenden GRI-Standard wurde mit 14 % zugesprochen, die aktuellen Informationsbedürfnisse zu erfüllen; weitere vorhandene Standards wurden mit jeweils unter 6 % als ausreichend bezeichnet. Wie vorherige Fragen der Studie gezeigt haben, besteht jedoch generell ein hoher Informationsbedarf bezüglich Inhalt und Qualität der Standards, sodass die recht geringe Zustimmungsquote auch damit zusammenhängen kann, dass die Standards nicht bekannt genug sind. Es scheint, als könnten Finanzinstitutionen davon profitieren, sich einen Überblick zu verschaffen, welche bereits existierenden Standards sich für ihre Informationsbedürfnisse eignen, und an deren Weiterentwicklung aktiv mitzuarbeiten.

Deutlicher Informationsbedarf über Berichtsstandards



05

Fazit

Die Studie belegt die zunehmende Notwendigkeit, sich mit dem Thema SRI intensiv auseinanderzusetzen. Sowohl für Unternehmen als auch für Kreditinstitute lässt sich eindeutig ein Handlungsbedarf ableiten.

Der Klimawandel und seine Folgen sind Herausforderungen, die in Zukunft die Handlungsoptionen und -strategien aller Marktteilnehmer beeinflussen werden. Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, dass spätestens mittel- bis langfristig die Unternehmen und Institutionen profitieren werden, die sich schon heute auf die neuen Entwicklungen vorbereiten. Dabei reicht es nicht, eine Fassade aufzubauen, die den Anschein von Nachhaltigkeit erweckt. Um die Vorteile aususchöpfen, die durch CSR entstehen können, und die Wirkung zu erreichen, die notwendig ist, um die Herausforderungen der Weltwirtschaft in Zukunft zu bestehen, ist ein ganzheitlicher normativer und strategischer Wandel notwendig. Unternehmen müssen Strategien finden, um sich der neuen Situation nachhaltig zu stellen; Investoren müssen neue Wege und Indikatoren finden, um gute Unternehmensführung und Unternehmenswert zu definieren.

Die vorliegende Studie liefert dazu wertvolle Ansätze, indem sie die bislang noch wenig untersuchten Einschätzungen der Kreditinstitute herausarbeitet. Sie zeigt sowohl für Unternehmen als auch für Investoren Wege auf, wie die relevanten Informationen, die für diesen Wandel notwendig sind, einander zugänglich gemacht werden können. Gleichzeitig wurden viele Verbesserungsmöglichkeiten offengelegt. Insbesondere bezüglich der Inhalte, Qualität und Anwendbarkeit bereits vorhandener Standards besteht noch Informationsbedarf.

Hier wird deutlich, dass alle Marktakteure involviert werden müssen, um die Potenziale zu realisieren, die aus dem Wachstum der CSR- und SRI-Branche entstehen können. Nicht nur Unternehmen und Investoren, sondern auch politische und zivilgesellschaftliche Gruppen sind gefragt, um im gemeinschaftlichen Dialog die bestehenden Normen und Standards zu diskutieren und allen Beteiligten zugänglich zu machen. Erst dann können diese gemeinsam mit allen Akteuren weiterentwickelt werden und so zu einer verbesserten Markttransparenz und Verlässlichkeit der Informationen beitragen.

06

Empfehlungen für die Praxis

- Unternehmen
- Kreditinstitute

Unternehmen

Für Unternehmen ist es an erster Stelle wichtig, eine Nachhaltigkeitsstrategie und ein aktives Nachhaltigkeitsmanagement zu implementieren, um eine nachhaltige Entwicklung weiter voranzutreiben und die im Rahmen dieser Studie erläuterten Vorteile zu realisieren. Dies ist jedoch nur möglich, wenn die Nachhaltigkeitsstrategie die unternehmensspezifische Situation sowie Strukturen und Prozesse berücksichtigt; sie muss auf die gesamte Organisation zugeschnitten werden. Gleichzeitig muss das Rad nicht neu erfunden werden. Im Gegenteil: Es ist sinnvoll, bestehende Ökologie- und Sozialstandards und -richtlinien zu nutzen, um die Umsetzung der Strategie möglichst überprüfbar und glaubwürdig zu gestalten. Nach Ansicht der befragten Experten lassen sich so auch langfristig der ökonomische Unternehmenserfolg und der Unternehmenswert deutlich steigern.

Das Gleiche gilt für die Berichterstattung. Themen- und Schwerpunktsetzung hängen zunächst vom spezifischen Unternehmen und dessen Stakeholder-Umfeld und den entsprechenden Informationsbedürfnissen ab. Unternehmen, die SRI-Kreditinstitute als wichtige Stakeholder sehen, finden in dieser Studie wichtige Anhaltspunkte, wie und worüber sich diese Institute informieren, wenn sie Portfolios zusammenstellen. Besonders zu beachten sind hier die erläuterten Positiv- und Negativkriterien sowie die Kommunikationswege über Presse, Internet und Nachhaltigkeitsbericht. Gleichzeitig sollten bestehende Berichtsstandards wie derjenige der GRI zurate gezogen werden, um Aufbau und Inhalt der Berichterstattung möglichst vergleichbar und transparent zu gestalten.

Schließlich hat die Studie gezeigt, dass eine externe Überprüfung der veröffentlichten Informationen deren Glaubwürdigkeit stark steigern kann. Unternehmen sollten diese Möglichkeit aktiv nutzen, um den Wert ihrer sozialen und ökologischen Aktivitäten zu erhöhen.

Ernst & Young steht Ihnen für alle diese Herausforderungen als kompetenter Partner zur Seite. Von der ersten Bestandsaufnahme und Festlegung einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie über die Implementierung und Überprüfung der festgelegten Maßnahmen bis hin zur glaubwürdigen Kommunikation bietet Ernst & Young sowohl bei den einzelnen Schritten als auch als Begleiter eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses wertvolle Unterstützung.

Kreditinstitute

Aus Sicht der Kreditinstitute ist es zunächst wichtig, sich einen Überblick über die bestehende Marktsituation und die vorhandenen Informationsmöglichkeiten zu verschaffen. Die Ergebnisse der Studie machen deutlich, dass noch nicht alle Akteure genug Wissen über bestehende Standards und Normen besitzen, um diese als Informationsquelle und Entscheidungsmerkmal nutzen zu können.

Das Wissen über Sozial-, Ökologie-, Berichts- und Prüfungsstandards kann die Effizienz des Auswahlprozesses und die Qualität der SRI-Portfolios maßgeblich verbessern. Die Information über Inhalt und Auflagen bestimmter Standards ermöglicht es, schnell die wichtigsten Informationen über ein Unternehmen zu erhalten, Unternehmen miteinander zu vergleichen und geeignete Auswahlmethoden für SRI-Portfolios festzulegen.

Zudem können sich Institutionen, die sich in der Nachhaltigkeitsregellandschaft auskennen, aktiv in relevante Prozesse wie die Weiterentwicklung des GRI-Reportingframeworks einbringen, um die Informationsbedürfnisse von SRI-Anbietern in Zukunft noch besser in bestehenden Regelwerken abzubilden.

Ernst & Young bietet Schulungen und Trainings an, um den neuen Informationsbedürfnissen gerecht zu werden. Je nach Bedarf reichen die Informationsveranstaltungen von allgemeinen Möglichkeiten, sich über Nachhaltigkeitsaktivitäten von Unternehmen zu informieren, bis hin zu spezifischen Schulungen über einzelne Sozial-, Ökologie-, Berichts- oder Prüfungsstandards. Als Organizational Stakeholder der GRI ist Ernst & Young nicht nur stets auf dem aktuellen Informationsstand, sondern kann auch andere Unternehmen dabei unterstützen, sich aktiv in die Weiterentwicklung bestehender Standards einzubringen.

07

Die Autoren

- Fachhochschule Düsseldorf, Fachbereich Wirtschaft
- Ernst & Young

Fachhochschule Düsseldorf

Fachhochschule Düsseldorf

Universitätsstraße 1, Geb. 23.32
40225 Düsseldorf

Prof. Dr. Rolf Nagel

Fachbereich Wirtschaft

Telefon +49 211 8115135
Telefax +49 211 8114369
Mobil +49 163 5025020
E-Mail rolf.nagel@fh-duesseldorf.de

Ernst & Young

Ernst & Young AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft
Graf-Adolf-Platz 15
40213 Düsseldorf

Rudolf X. Ruter

Partner, Leiter
Corporate Social Responsibility Services

Telefon +49 711 98819106
Telefax +49 6196 802419106
Mobil +49 160 93919106
E-Mail rudolf.x.ruter@de.ey.com

Natalie Pohl

Corporate Social Responsibility Services

Telefon +49 201 242117788
Telefax +49 6196 802417788
Mobil +49 160 93917788
E-Mail natalie.pohl@de.ey.com

Ansprechpartner in Österreich zum Thema
Nachhaltigkeit im Finanzsektor:

Karin Sahr

Public Office Bund
Corporate Social Responsibility Services

Telefon +49 30 2547121480
Telefax +49 6196 802418181
Mobil +49 160 93918181
E-Mail karin.sahr@de.ey.com

Sabine Moron

Corporate Social Responsibility Services

Telefon +49 211 935217472
Telefax +49 6196 802417472
Mobil +49 160 93917472
E-Mail sabine.moron@de.ey.com

Thomas Kaissl

Corporate Social Responsibility Services

Telefon +43 1211 701370
Telefax +43 1216 2077
Mobil +43 664 600031370
E-Mail thomas.kaissl@at.ey.com

Ernst & Young in Deutschland

Ernst & Young ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung sowie Risiko- und Managementberatung. Unsere über 6.000 Mitarbeiter sind durch gemeinsame Werte und unseren hohen Qualitätsanspruch verbunden. Gemeinsam mit den 130.000 Kollegen der internationalen Ernst & Young-Organisation betreuen wir unsere Mandanten überall auf der Welt. Das gemeinsame Ziel aller Mitarbeiter ist es, unter Einsatz all ihrer Fähigkeiten das Potenzial unserer Mandanten zu entfalten.

Weitere Informationen finden Sie unter
www.de.ey.com

© 2008
Ernst & Young AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Steuerberatungsgesellschaft.

All Rights Reserved.

Diese Publikation wurde von einem FSC-zertifizierten Betrieb produziert.

BKL0808

Der Name Ernst & Young bzw. „wir“ bezieht sich in diesem Firmenprofil auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG), eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach britischem Recht. Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen.