



World Café

*„Nachhaltigkeit im Asset Management –
Modetrend oder Mindestanforderung?“*

Ergebnisse | Arbeitsdokumente





Sehr geehrte Damen und Herren,

das Thema Nachhaltigkeit ist spätestens seit dem Pariser Klimaabkommen von 2015 hochaktuell. Dabei wurde die Verschlechterung der ökologischen Rahmenbedingungen als zusätzliches Risiko für die Weltwirtschaft identifiziert und die Finanzindustrie explizit mit in die Verantwortung genommen.

Die EU – Institutionen haben sich seitdem intensiv mit dem Thema „Sustainable Finance“ beschäftigt und mehrere Initiativen parallel gestartet, durch welche die Finanzierung von nachhaltigen Projekten oder Unternehmen verstärkt werden sollen. Somit hat die Finanzindustrie ungefragt eine zentrale Rolle in der europäischen Klimapolitik erhalten. Gleichzeitig steigt die Sensibilität in der Gesellschaft bzw. bei institutionellen Investoren bezüglich Nachhaltigkeitsthemen, so dass sich auch das Kundeninteresse im Wandel befindet.

Wie die oben genannten Entwicklungen auf Seiten der Finanzdienstleister in den verschiedenen Teilen der Wertschöpfungskette bewertet und umgesetzt werden, wollten wir in unserem World Café beleuchten.

Die Dokumentation der Veranstaltung liegt jetzt vor und soll Ihnen einen Eindruck über die Inhalte und Diskussionsbeiträge vermitteln. Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

Viel Erfolg bei Ihrem Umsetzungsprojekten zum Thema Nachhaltigkeit!

Ihre


Ralph Hientzsch
Consileon Geschäftsführer


Werner Spanier
Consileon Partner



„Nachhaltigkeit im Asset Management – Modetrend oder Mindestanforderung?“

Nach wie vor bewegt sich der Anteil nachhaltiger Investmentprodukte im einstelligen Prozentbereich, aufgrund der aktuellen Popularität des Themas könnte sich dieses deutlich ändern. Investoren suchen mittlerweile verstärkt „nachhaltige“ Investmentprodukte, während Unternehmen begonnen haben ihre Projekte mit Instrumenten wie z.B. „Green Bonds“ zu finanzieren.

Asset Manager nehmen sich dem Trend zunehmend an und legen entsprechende Produkte auf.

Um diesen Prozess optimal aufzusetzen fehlen allerdings Definitionen für das einheitliche Verständnis von Nachhaltigkeit sowie die regulatorische Rahmenbedingungen.

Gemeinsam haben wir mit verschiedenen Marktteilnehmern insbesondere die folgenden Themen diskutiert:

- Welche Anforderungen an nachhaltige Produkte bestehen aus Sicht der Vertriebe und institutionellen Kunden?
- Wie sollte das Produktportfolio der Asset Manager/ KVGern strategisch strukturiert sein?
- Wie tief wirkt die Forderung nach Nachhaltigkeit in die Organisation der Investment-, Abwicklungs-, und Vertriebsprozesse hinein?

Auf den nachfolgenden Seiten haben wir die Ergebnisse des World Cafés zusammengefasst.

Themenschwerpunkt: Anlegerinteressen

Welche Anforderungen an nachhaltige Produkte bestehen aus Sicht der Vertriebe und institutionellen Kunden?

Hypothesen

- „Sustainable Investments are the new normal“
- Für Kunden ist nach wie vor die Rendite das entscheidende Verkaufsargument
- Im Rahmen von „ESG / SRI / CSR / Green Bonds / ethisch-ökologisch / nachhaltig /...“ einzuordnende Produkte lassen sich zu keiner gemeinsamen Anlageklasse vereinen
- ESG Ratings der klassischen bzw. spezialisierten Ratingagenturen bieten noch keinen vergleichbaren Anhaltspunkt für Investoren
- Die Berücksichtigung von Klimarisiken bzw. CO₂-Ausstoß stellt das einzig belastbare Kriterium für ein nachhaltiges Produkt dar

Herausforderungen

- Was motiviert die Kunden zunehmend in nachhaltige Produkte zu investieren?
- Wie können die Kundenanforderungen an nachhaltige Produkte transparent gemacht werden?
- Wie zuverlässig und hilfreich sind die Bewertungskriterien der Ratingagenturen?
- Sollten sich die Kundenanforderungen an nachhaltige Produkte in der Regulatorik (z.B. im WpHG / KAGB) widerspiegeln?
- Wird Nachhaltigkeit die Hauptinvestitionsstrategie von institutionellen Kunden werden z.B. um Klimaziele zu erreichen?
- Wie werden sich die Reportinganforderungen auch für den Privatkunden verändern? Gibt es zukünftig neben dem Depotwert noch eine CO₂-Bilanz im Depotauszug?



Themenschwerpunkt: Anlegerinteressen

Welche Anforderungen an nachhaltige Produkte bestehen aus Sicht der Vertriebe und institutionellen Kunden?

Kernaussagen der Diskussion

Definition von Nachhaltigkeit

- Die Definition von Nachhaltigkeit unterscheidet sich aufgrund verschiedener kultureller, ethischer und wirtschaftlicher Hintergründe bei verschiedenen Interessengruppen
- Einheitliche Standards können nur innerhalb eines Landes / Kultur definiert und umgesetzt werden. Das Ziel der europäischen Institutionen ist es trotzdem eine allgemeingültige Definition zu finden, die als Grundlage für Aktivitäten der Wirtschaft und Finanzwirtschaft dienen soll
- Als kleinster gemeinsamer Nenner starten die europäischen Institutionen mit einer Fokussierung auf Klimaziele (insbesondere die CO₂-Reduktion (s. ESG Taxonomie)), welche später um breitere Umwelt- und soziale Aspekte erweitert werden sollen.

Transparenz über nachhaltige Anlagekriterien

- Aufgrund des gesteigerten Investmentfokus auf nachhaltige Anlagen fordern institutionelle Kunden eine höhere Transparenz ein
- Die Kundenberatung ist der einzige Weg, um der breiten Masse der Kunden Transparenz über Nachhaltigkeitskriterien bei der Geldanlage zu verschaffen und den Kunden anzuleiten



Kosten von Nachhaltigkeit

- Der Kunde ist bereit für Nachhaltigkeit eine Prämie zu zahlen, mit der Erwartung langfristig höhere Renditen zu erzielen
- Nachhaltigkeit darf nicht zu Renditeeinbußen führen – renditeträchtige Investments werden nach wie vor bevorzugt

Ausblick und Vorbilder für Nachhaltigkeit

- Nur 10% der Anleger sind derzeit tatsächlich an Nachhaltigkeit interessiert
- Der Staat sollte seiner Vorbildrolle durch Transparenz bei Nachhaltigkeitsförderung und eigenem Verhalten gerecht werden
- Die Nachfrage nach nachhaltigen Investmentprodukten wird fortlaufend wachsen
- Kurzfristige Marktpotentiale dürfen nicht dem Langfristziel Nachhaltigkeit übergeordnet werden

→ FAZIT

Aus Anlegersicht sind nachhaltige Produkte aufgrund fehlender einheitlicher Definition nur eingeschränkt vergleichbar. Die für den Anleger maßgeblichen Entscheidungskriterien Rendite und Kosten werden um Transparenz hinsichtlich Nachhaltigkeit erweitert. Der Vertrieb hat die Aufgabe die langfristigen Vorteile von nachhaltigen Investments zu erklären und damit die ggf. höheren Kosten zu relativieren.

Themenschwerpunkt: Produkthanforderungen

Wie sollte das Produktportfolio der Asset Manager / Fondsgesellschaften / Banken strategisch strukturiert sein?

Hypothesen

- Im Produktportfolio einer Fondsgesellschaft werden die Cluster Umweltschutz, Soziale- / Ethische Investments mindestens so wichtig wie Länder oder Branchenschwerpunkte
- Eine KVG mit nachhaltigen Anlageprodukten ist erfolgreicher als eine KVG mit ausschließlich traditionellen Anlageprodukten
- Impact Investing mit Themenschwerpunkten aus den ESG Zielen wird insbesondere in der Vermögensverwaltung zum Trend
- Zertifikate / Derivate mit Emissionsrechten können als Beimischung positiv auf die CO₂-Bilanz eines Portfolios oder Produkts wirken
- Produkthanbieter werden sich spezialisieren und versuchen ein eigenes Profil der Beurteilungskriterien zu entwickeln, um glaubhaft ein nachhaltiges Produktportfolio anbieten zu können

Herausforderungen

- Wie sieht eine sinnvolle Produktstrategie unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeit für eine KVG / Produkthanbieter aus?
- ESG- und Standardfonds / ETFs unter einem Firmenlabel, ist das glaubhaft für den Anleger? Welche Alternativen existieren?
- Gibt es überhaupt ausreichend Assets um den Anlegern ein signifikantes Volumen an nachhaltigen Investments anbieten zu können?
- Werden sich ähnlich wie bei Bioprodukten Labels mit unterschiedlich strengen Beurteilungskriterien herausbilden?



Themenschwerpunkt: Produktanforderungen

Wie sollte das Produktportfolio der Asset Manager / Fondsgesellschaften / Banken strategisch strukturiert sein?

Kernaussagen der Diskussion

Berücksichtigung von Nachhaltigkeit schafft performantere Produkte

- Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien schafft eine Überrendite gegenüber nicht nachhaltigen Investments
Oder..
- Durch weitere Einschränkungen (Nachhaltigkeitskriterien) ist mit einem verkleinerten Anlageuniversum keine Erzielung einer „Überrendite“ möglich
- Im Bereich der Realwirtschaft wurde am Beispiel eines Bekleidungs Herstellers diskutiert, dass Nachhaltigkeit mit höheren Material- und Produktionskosten verbunden ist und somit die Verkaufspreise erhöht. Fraglich ist, ob der Kunde bei Finanzinstrumenten auch höhere Managementgebühren bei Berücksichtigung von Nachhaltigkeit akzeptiert

Bestehende Gefahr der Überregulierung

- Durch eine zu strenge Regulierung zum Thema ESG hinsichtlich Anlegerschutz besteht die Gefahr, dass die gewünschte Lenkung von Finanzströmen in Richtung nachhaltiger Investments nicht erreicht oder gar übertrieben wird; die regulatorische Lenkung könnte dann „Fehlanreize“ schaffen
- Fondsgesellschaften befürchten Einschränkungen bei der Produktgestaltung durch regulatorische Vorgaben; dadurch entsteht eine latente Gefahr von „Einheitsprodukten“ und geringer Produktdifferenzierung



Produkttransparenz als zentraler Punkt

- Transparenz bzw. „Look Through“ als zentrale Anforderung der Produktgestaltung identifiziert; ohne weitreichende Transparenz über Assets wie z.B. Aktiengesellschaften oder Bonds Emittenten und deren Aktivitäten ist keine fundierte Entscheidung hinsichtlich der Nachhaltigkeit von Investments möglich
- Internationales, einheitliches ESG-Scoring erforderlich, um Transparenz und einfachen Überblick für alle Marktteilnehmer zu schaffen

→ FAZIT

Für Investmentprodukte ist die erzielbare Rendite nach Kosten bislang noch der maßgebliche Entscheidungstreiber für eine Produktemission. Die notwendige Transparenz und eine bestehende Gefahr der Überregulierung werden für die Akzeptanz und Absetzbarkeit nachhaltiger Investments zukunftsentscheidend sein.



Themenschwerpunkt: Emittenten / Asset Manager

Was bedeutet Nachhaltigkeit für die Organisation der Investment-, Abwicklungs- und Vertriebsprozesse?

Hypothesen

- ESG Produkte beeinflussen die gesamte Wertschöpfungskette des Produkthanbieters vom Produktkonzept und Vertrieb über den Investmentprozess bis zur Buchhaltung und dem Reporting
- Ein Unternehmen, das nicht selber ganzheitlich auf Nachhaltigkeit ausgerichtet ist und über seine Nachhaltigkeitsziele berichtet, ist kein ernstzunehmender Emittent oder Vertriebskanal von nachhaltigen Produkten
- Nachhaltigkeitskriterien werden Teil der Anlagerichtlinien und müssen über Compliance Prozesse kontrolliert werden
- Neue Technologien (e.g. Blockchain) helfen, Nachhaltigkeitsziele der KVG umzusetzen
- Es ist nicht der regulatorische Rahmen, es sind die Menschen, welche das Unternehmen zu einer nachhaltigen Arbeitsstätte machen

Herausforderungen

- Inwieweit können KVGen in ihren eigenen Prozessen ESG-Kriterien berücksichtigen?
- Sollte jede KVG / jeder Produkthanbieter von ESG Produkten einen Nachhaltigkeitsbericht erstellen?
- Ist es nicht konsequent für ESG Produkte eine eigene Firma zu etablieren?
- Können neue Technologien den „nachhaltigen Fußabdruck einer KVG“ stärken, oder auch schwächen (z.B. Stromverbrauch bei Bitcoin Zahlungen)?
- Inwieweit sind Risikocontrolling und Compliance in die Wertschöpfungskette nachhaltiger Produkte einzubinden?



Themenschwerpunkt: Emittenten / Asset Manager

Was bedeutet Nachhaltigkeit für die Organisation der Investment-, Abwicklungs- und Vertriebsprozesse?

Kernaussagen der Diskussion

ESG im Asset Management ist heute (noch) ein Nischenthema

- Der Anteil an ESG-Investments bei traditionellen Kapitalsammelstellen liegt im einstelligen %-Bereich
- ESG nimmt derzeit keinen Einfluss auf die Organisationsstruktur, die Umsetzung erfolgt hauptsächlich über Produkte und Reportingservices

Unternehmen (KVGGen) zeigen nur sehr vereinzelt Initiative, um ESG-Kriterien in eigene Prozesse zu integrieren

- KVGGen zeigen wenig Interesse für sich selbst in der Außenwirkung für ein positives Nachhaltigkeits-Image investieren zu wollen, im Gegensatz zu Ihren Produkten
- Die Verankerung von nachhaltigen Unternehmenswerten bzw. einer nachhaltigen Unternehmensphilosophie sind die Basis für die Verankerung der Nachhaltigkeit in einzelnen Prozessen
- Auf der anderen Seite hat die Nachhaltigkeit der internen Prozesse eines Finanzdienstleisters noch keinen Einfluss auf das Rating seiner Produkte
- Inwieweit die Glaubhaftigkeit eines „grünen Finanzdienstleisters“ (z.B. einer Green KVG) ein Vertriebsvorteil für nachhaltige Produkte darstellt, wird sich in der Akzeptanz bei Vertrieben und Kunden noch zeigen müssen



Eine fehlende marktübergreifende Clusterung von ESG-Produkten erschwert die gezielte Anpassung eigener Prozesse

- Kunden mit unterschiedlichen Investment-Strategien (z.B. ESG Fonds vs. Impact Investments) erwarten eine differente Informationstiefe und -Übermittlung des Reportings
- Weder die klassischen Ratingagenturen noch Spezialanbieter liefern für ESG-Produkte einheitliche Bewertungskonzepte, jede Agentur hat einen eigenen Ansatz – das macht ein Mapping im Reporting nur eingeschränkt möglich
- Alle Marktteilnehmer in der Wertschöpfungskette müssen miteinbezogen werden, um Prozesse in den Organisationen aufeinander abstimmen zu können. Das ist eine Aufgabe der Marktführer und Verbände

→ FAZIT

Aufgrund des Nischendaseins und der Nichtberücksichtigung bei Bewertungen, ist das Thema Nachhaltigkeit der Prozesse bei Asset Managern derzeit ein Randthema

Schlußwort

Als Fazit lässt sich festhalten, dass alle Teilnehmer die Dynamik und Relevanz des Themas für die Zukunft hoch einschätzen. Um allen Ansprüchen und Zielen gerecht zu werden, ist jedoch ein pragmatisches Zusammenspiel aller Marktteilnehmer notwendig. Das gilt besonders für den Regulator, die Produkthanbieter, die Marktdatenprovider und die Vertriebe.

Wesentliche Anforderungen an den Regulator stellen aus unserer Sicht einheitliche Minimum-Standards dar. Bei politisch gefärbter (Über-) Regulierung besteht die Gefahr, dass die Vorgaben an den Anlegerinteressen vorbei gehen oder für Produkthanbieter nicht effizient umsetzbar sind.

Die Produkthanbieter sind gefordert, die Nachhaltigkeitskriterien Ihrer Produkte herauszustellen und damit vergleichbar zu machen. Auf der anderen Seite kommt Ihnen eine Vorbildfunktion hinsichtlich nachhaltigen Verhaltens zu, obwohl sich diese noch nicht auf die Bewertung Ihrer Produkte auswirkt.

Gleichzeitig sind geschulte Vertriebseinheiten gefordert, um die neuen Produktmerkmale und ggf. Preis- und Ertragsdifferenzen zu erklären. Nur wenn die Kunden auf die langfristigen Renditechancen hingewiesen werden, bei denen als positiver Nebeneffekt der Nachhaltigkeitsgedanke unterstrichen wird, haben nachhaltige Investmentprodukte eine Chance aus dem Nischendasein herauszukommen.

Auf der institutionellen Seite stehen die Anforderung nach Transparenz im Vordergrund des Kundeninteresses, insbesondere um auf der Investorenseite eigene Risiken und Nachhaltigkeitsstrategien besser managen zu können. Das gelingt nur bei einer Durchschau auf die Einzelwerte und einer klaren über alle Assets vergleichbaren Bewertungssystematik. Hier müssen sich die Marktdatenprovider idealerweise auf einen Standard einigen.

Insgesamt gibt es also noch viele offene Fragen hinsichtlich der weiteren Entwicklung von nachhaltigen Investments – wir werden sie im Auge behalten...



*„Wandlung ist notwendig
wie die Erneuerung der Blätter
im Frühling.“*

(Vincent van Gogh)



Consileon Frankfurt GmbH
Neue Mainzer Str. 74
60311 Frankfurt am Main

Telefon +49 (0)69 67 86 87-20
info@consileon.de
www.consileon.de