

Rendite mit gutem Gewissen

Reto Ringger ist Erfinder des ersten globalen Nachhaltigkeitsindex. Mit der Finanzbranche geht er hart ins Gericht.

Daniel Zulauf

Ist es heute einfacher, nachhaltig Geld anzulegen, als vor 25 Jahren?

Reto Ringger: Sowohl als auch. Einfacher ist es, weil das Angebot seither sehr stark gewachsen ist. Es gibt viel mehr Anlagemöglichkeiten. Zudem hat das Nachhaltigkeitsresearch über Unternehmen und Märkte deutlich mehr Tiefgang als damals.

Und wo ist es schwieriger geworden?

Es herrscht ein grosses Durcheinander. Jede Bank hat eine eigene Methodik und ein eigenes Nachhaltigkeits-Label. Für den Anleger ist das nicht mehr überschaubar.

Fehlt es an Transparenz?

Auch, aber jeder Anbieter hat eine andere Definition von Nachhaltigkeit und das führt zu einer völlig unterschiedlichen Bewertung der Unternehmen.

Sie gelten als Erfinder des Dow-Jones-Sustainability-Index, den es seit 1999 gibt. Das war wohl einer der ersten Versuche, eine solche Methodik hinzubekommen?

Ja. Der DJS-Index war für uns ein Mittel, um dem Markt nachhaltige Anlagen näher zu bringen. Als wir 1995 mit der Firma SAM (Sustainable Asset Management) an den Start gingen, begann das Interesse institutioneller Investoren an nachhaltigen Anlagen zu erwachen. Aber im breiten Markt herrschte immer noch die Meinung vor, Rendite und Nachhaltigkeit stünden in negativem Zusammenhang.

Sie fanden mit Dow Jones einen Indexanbieter, der an die Zukunft nachhaltiger Anlagen glaubte.

Ja, für mich ist das heute noch erstaunlich. Nachhaltigkeit war damals eine Sache für Greenpeace oder den WWF, aber sicher nicht für urkapitalistisches Medium wie Dow Jones, die auch das Wall Street Journal besaßen. Dass Dow Jones 1997 bereit war, mit einem kleinen Schweizer Start-up einen solchen visionären Index zu lancieren, nimmt sich im Rückblick doch ziemlich mutig aus.

Was denken Sie heute über den Index?

Er verfolgt bis heute den Best-in-Class-Ansatz. Er nimmt Firmen mit dem besten Nachhaltigkeitsrating aus jedem Sektor auf, auch aus dem Erdölsektor oder der Autoindustrie. Das hatte einst seine Berechtigung. Heute ist der Ansatz überholt.

Trotzdem ist er immer noch weit verbreitet. Ist er nun ein Feigenblatt für rückständige Fondsanbieter?

Wenn sich ein Anbieter mit diesem Ansatz immer noch als fortschrittlich darstellen will, dann ist das eine sehr einfache Form von Nachhaltigkeit. Ein Exxon-Investment wird nicht nachhaltiger, wenn es im Portefeuille etwas tiefer gewichtet wird.



Reto Ringger bewegte 1997 Dow Jones dazu, den ersten globalen Nachhaltigkeits-Index zu entwickeln.

Bild: Gerry Amstutz (Zürich, 6. Mai 2021)

Boom an der Börse: Der SMI im letzten Jahr



Was ist denn heute der richtige Ansatz?

Nachhaltigkeit ist keine relative Angelegenheit. Wir wollen die globale Erwärmung auf zwei Grad beschränken oder den Rückgang der Biodiversität stoppen. Das sind absolute Ziele und keine relativen Zielgrössen.

Im Nachhaltigkeitsjargon ist von ESG-Kriterien die Rede. Gemeint ist oft nur das «E» für Environment. Warum?

Die anderen Faktoren («S» für Soziales und das «G» für Governance oder gute Unternehmensführung, Anm.) sind weniger erforscht. Es gibt weniger harte Daten, etwa über die Folgen einer unsozialen Lohnpolitik oder einer Unternehmenskultur, in der es zum Beispiel Raum für korrupte Praktiken gibt. Aber auch das ändert sich langsam.

Was ändert sich? Wir kommen jetzt in eine Phase,

Der Börsenboom ist wenig nachhaltig

Anlegen Die Aussicht auf eine rasche Erholung der Weltkonjunktur treibt die Aktienmärkte in immer luftigere Höhen. Der Swiss-Market-Index erreichte Ende Mai mit über 11 500 Punkten ein neues Allzeithoch. Und seit Februar hat es in der internationalen Börsenstatistik keinen Monat mit sinkenden Aktienkursen mehr gegeben. Inzwischen werden auch Rohstoffanlagen wieder stark gesucht. In den vergangenen Tagen gehörten an der Londoner Börse die Aktien der grössten Klimasünder wie Glencore,

Anglo American oder Rio Tinto mit Kursavancen von bis zu acht Prozent zu den Gewinnern. Auch die Erdöltitel werden seit der jüngsten Beschränkung der Fördermengen durch die Opec stark gesucht.

Natürlich sind inzwischen auch die Aktien von Flugzeugbauern wie Airbus wieder voll im Aufwind, schliesslich kann ja die Reisesaison bald wieder losgehen. Was das alles für Anleger heisst, die mit ihren Investitionen ganz auf klimaschonende Aktien setzen, bleibt abzuwarten. Es ist zu hoffen, dass sich

in der es zu vielen Bereichen von ESG viel mehr Transparenz geben wird. Zum Beispiel ist Amazon in den meisten ESG-Portefeuilles vertreten. Ist Amazon deshalb ein nachhaltiges Investment? Da gibt es viele kontroverse Themen, und die Finanzbranche beginnt sich erst jetzt mit diesen kontroversen Themen zu beschäftigen.

Warum ist das so?

Der Finanzsektor ist im Unterschied zu anderen Branchen in erster Linie von rein monetären Anreizen getrieben. Das ist ein-dimensional. Dabei können kaum langfristige Ziele und Visionen entstehen. Es gibt visionäre Unternehmer in der Kunst, der Mode oder der Technik, aber kaum in der Finanzwirtschaft.

Sind wir als gewöhnliche Anleger nicht auch vor allem von monetären Anreizen getrieben?

Das ist sicher eine wichtige Zielsetzung. Aber immer mehr Anleger wollen eine marktgerechte Rendite und gleichzeitig mit den

Anlagen nachhaltige Ziele verfolgen. Bei der Generation der Millennials etwa wollen über 80% nachhaltig anlegen. Wir befinden uns an einem Tipping Point, und die Finanzbranche muss rasch umdenken.

Wer sind die Kunden Ihrer Globalance Bank?

Unsere Kundschaft ist sehr heterogen. Der gemeinsame Nenner besteht darin, dass die Kunden mit ihrem Geld etwas Positives bewirken möchten. Unser Claim heisst denn auch «mehr als Geld bewegen». Mehr als die Hälfte sind Frauen. Auch viele Unternehmer, Familien oder Stiftungen kommen zu uns.

Sie haben neun Jahre gebraucht, um in die Gewinnzone zu gelangen. Warum so lange?

Zum einen haben wir immer in Research und neue Technologien investiert. Zum anderen sind Bankkunden sehr träge und nicht sehr wechselbereit. Viele Kunden sind mit ihrer Bank nicht zufrieden, aber wechseln sie trotzdem nicht. Dennoch sind wir 2019 und 2020 mit je rund 50 Prozent gewachsen. Wir verwalten aktuell Kundenvermögen von knapp 1,7 Milliarden Franken.

Sie haben gesagt, dass die Finanzbranche viel zu stark von kurzfristigen monetären Anreizen geleitet ist. Mit welchen Anreizen arbeiten Sie in Ihrer Bank?

Wir haben einen starken «Purpose», das ist wichtig. Zudem sind alle unsere Mitarbeitenden Aktionäre. Wir zahlen gute Löhne, aber keine kurzfristigen Cash-Boni wie traditionelle Banken. Wir wollen keine Söldner-Kultur. Ich glaube, unsere Mitarbeiter arbeiten bei uns, weil das finanzielle und das kulturelle Umfeld für sie stimmt.

Händler legt Lager für WC-Papier an

Duftes Geschäft Der Firmenname ist Programm: WC-Papier für Alle.ch AG. Der Onlinehändler Beat Mörker hat ein neues Geschäftsfeld entdeckt. Zweck der neu gegründeten Firma sei es, «sowohl im privaten als auch im geschäftlichen Bereich, schweizweit und auch in Krisenzeiten die Bewohner des Landes mit qualitativ gutem WC-Papier zu den bestmöglichen Preisen zu beliefern».

Zu einem wirklichen Problem ist die kurzzeitige Knappheit von WC-Rollen im Detailhandel zwar nicht geworden, doch mit den Ängsten lässt sich geschäften. Ein «riesiges Lager», sagt Mörker, habe er bereits angeschafft, mit dem er bereits Grosskunden beliefe.

Doch nun sollen auch die Privathaushalte über seine Landesversorgung ihre Grundversorgung absichern. Mörker versteht das Geschäft der verkappten Verknappung: Nur eine Qualität werde angeboten, nur zehn Pakete dürften aufs Mal bezogen werden. Dazu ist das Angebot ökologisch aufgepeppt: Für jedes Paket à 64 Rollen würde in Finnland ein Baum gepflanzt. Eine Million Bäume pro Jahr sei sein Ziel.

Bisher war Mörker vor allem mit Druckerpatronen unterwegs. Seine Firmen heissen Schulmaterial-Verband oder Lehrmittel-Verband. Dies verleiht ihnen einen offiziellen Anschein, obwohl sie weder etwas mit Bildung zu tun haben noch ein Verband sind. Kunden hatten sich schon bei Konsumentenschutzorganisationen darüber beschwert. Im vergangenen Jahr berichtete der «Kassensturz» zudem über Kunden, die vermeintlich Original-Patronen kauften und stattdessen Refill-Kartuschen erhielten.

Druckerpatronen waren das Geschäft von gestern, WC-Papier gehört zum täglichen Geschäft. In den nächsten Wochen werde er den Onlineshop eröffnen. So richtig lanciert wird das Angebot jedoch erst im Herbst mit 500 WC-Rollen-Paketen, die er an Alleinerziehende verteilen wolle. Der Tag steht auch schon fest; es ist der 26. August, der internationale Tag des WC-Papiers. (cm)

CH Media: Joint Venture mit Ascot

Medien Die Filmvermarkterin Impuls Pictures (IMG), die wie diese Zeitung zu CH Media gehört, und Ascot Elite, die Schweizer Marktführerin unter den Independent-Filmverleihern und -vermarktern, schliessen eine strategische Partnerschaft. Das teilten die Firmen gestern mit. Ab dem 24. Juni übernimmt Ascot alle Vertriebs- und Vermarktungsaufgaben der Impuls und steht ab dann für über ein Viertel des Schweizer Kinomarktanteils.

CH Media wird zur wichtigen Ascot-Elite-Partnerin und sichert sich breiten Zugang zu Top-Filminhalten für ihre Free-TV-Sender wie 3+ oder TV24 und die geplante Streaming-Plattform «oneplus». (red)