

DIE

Ausgabe 1
Mai 2020
9,80 CHF

STIFTUNG

SCHWEIZ

MAGAZIN FÜR STIFTUNGSWESEN UND PHILANTHROPIE



Stiftungen im Ausnahmestand

Grenzenloser Einsatz im Kampf gegen Corona

Ist das Greenwashing?

Fünf Tipps, fünf Fragestellungen, um vorgetäuschte Nachhaltigkeit zu erkennen

Inklusion und Teilhabe

Normen und digitale Lösungen sollen Barrieren für Menschen mit Behinderung reduzieren

Infizierte Märkte

Welche Auswirkungen hat der Rezessionsmodus der Weltwirtschaft auf Stiftungen?

Schwarze Schafe im grünen Pelz

Greenwashing bezeichnet PR-Methoden, die ein umweltfreundliches und verantwortungsbewusstes Image suggerieren – ein Phänomen, das auch in der Schweiz nur allzu verbreitet ist. Stiftungen können ihre Bank auf die Probe stellen, um grünes Geld von Greenwashingmethoden zu unterscheiden: fünf Tipps, fünf Fragen. **Von Béatrice Hirzel Corte**

Die aktuelle Krise beeinflusst uns alle: Die Welt steht still, so mancher Mensch hat mehr Zeit für sich, und die Natur atmet auf. Wir erleben gerade eine totale Entschleunigung. Es dreht sich alles nur um ein Thema: Corona.

Das Virus bringt uns dazu, unseren Alltag umzugestalten. Andere Aspekte des Lebens werden plötzlich wichtiger. Unsere Aufmerksamkeit für die Umwelt verändert sich. In ihren Häusern eingesperrte Menschen merken, wie sehr sie die Natur vermissen und was sie ihnen bedeutet.



Béatrice Hirzel Corte ist Leiterin Stiftungen bei der Globalance-Bank.

Das Thema Nachhaltigkeit rückt dadurch in verschiedenen Bereichen stärker in den Vordergrund. Beispielsweise auf unseren täglichen Exkursionen in den Supermarkt. Was kaufen wir heute? Die Auswahl ist riesig.

Als visuell geprägte Spezies fühlen wir uns automatisch zu Dingen hingezogen, die uns ein gutes Gefühl geben. Also greifen wir zu der Milchtüte mit der schönen Alpenlandschaft, dem Joghurt mit dem „natürlichen Genuss“, zum „Lebe-nachhaltig-Müesli“ und dem FCKW-freien Deo. Moment, ist FCKW nicht sowieso schon seit den 1990er Jahren verboten?

Willkommen in der Greenwashing-Anlage. Mit Greenwashing versuchen Unternehmen, ihren Produkten oder Dienstleistungen einen möglichst grünen Anstrich zu geben. Die Versuchung ist gross – eine Studie von Roland Berger prognostiziert zwischen 2016 und 2025 ein weltweites „grünes Marktvolumen“ von 6,9 Prozent. Wer den Überblick bei nachhaltigen Produkten des täglichen Lebens verloren hat, der findet beim WWF-Schweiz unter www.wwf.ch/de/lebensmittellabel-ratgeber den nötigen Durchblick.

Für Stiftungen, die ihre Finanzen zum Vorteil von Umwelt und Gesellschaft einsetzen möchten, sind nachhaltige Geldanlagen die Lösung. Aber Achtung, auch

Finanzunternehmen sind fleissige Greenwasher. Denn das Interesse an nachhaltigen Anlagen wächst – und damit auch der Opportunismus.

Plötzlich spriessen in Hochglanzbrochüren zarte Pflänzchen, die Naturschutz suggerieren. Fröhliche Kinder aus aller Welt lächeln stellvertretend für soziale Belange. Und Manager werden nicht müde, in den Medien das Mantra ihrer ökologischen Verantwortung vorzutragen. Eher selten findet sich das aber in den Geschäftsberichten oder bei Analysten-Meetings wieder.

ESG-Kriterien als Lösung?

Viele Finanzunternehmen bemühen die ESG-Kriterien (Environmental – Social – Governance, also Umwelt – Soziales – Unternehmensführung). Das klingt erst mal gut, hat aber leider mit wirklich nachhaltigen Geldanlagen noch wenig zu tun. Die Kriterien fokussieren sich mehrheitlich auf betriebliche Prozesse und weniger auf Resultate, Zukunftsfähigkeit, volkswirtschaftliche oder gesellschaftliche Aspekte. Aus Sicht von Kunden und anderen Bank-Stakeholdern besteht zwischen Erwartung und Realität also eine grosse Lücke.

In deren Kern steckt ein weit verbreitetes Missverständnis: Nachhaltiges Investieren weckt bei Kunden die Erwartung



© GlobalPI/Stock/Gettyimage



tung von positiver Wirkung (Impact). Banken verstehen darunter jedoch meist lediglich einen Prozess (Integration im Anlageprozess), der allenfalls Risiken identifiziert und zu positiver Wirkung führen kann – es aber viel zu oft nicht tut.

Systemische Innovation

Wirklich nachhaltig oder wirkungsorientiert anzulegen heisst, in Fortschritt zu investieren und zu erkennen, dass Unternehmen, die sich den grössten Herausforderungen dieser Welt stellen, die besten Wachstumschancen haben. Es geht darum, den Weg für innovative Arten der Geschäftstätigkeit zu bereiten und die richtige Dynamik zu schaffen. In der Finanzkrise 2008/2009 haben wir es weitgehend versäumt, den Umbruch für systemische Innovation zu nutzen. Sehen wir nun die aktuelle Krise als Chance und nutzen wir sie, um einen wirklichen Wandel einzuleiten. Geben wir uns nicht mit Greenwashing zufrieden.

Für das Stiftungsvermögen bedeutet das eine echte Zweckorientierung. Das Resultat ist eine bessere Rendite, genügend Ertrag für die Programmarbeit und die Investition des Vermögens in Anlagen, die dem Stiftungszweck nicht nur entsprechen, sondern auch einen positiven Footprint aufweisen. 

Fünf Tipps, wie Stiftungen das Greenwashing von Banken erkennen können:

Greenwashing ist, wenn ...

1. → ... Banken nicht erklären können, was sich gegenüber früher geändert hat und welche Sektoren bzw. Projekte sie grundsätzlich von einer Finanzierung in allen Geschäftsbereichen ausschliessen.
2. → ... Finanzdienstleister in ihren Marketingaktivitäten Nachhaltigkeit betonen, allerdings mehrheitlich Fonds anbieten, die keinen oder nur einen schwachen Nachhaltigkeitsfilter anwenden.
3. → ... Anbieter nachhaltige Produkte vermarkten, ohne transparent den Nachweis einer positiven Wirkung zu erbringen, oder nur technisches und unverständliches Reporting anbieten.
4. → ... Banken selbst regelmässig durch negative Kontroversen in der Öffentlichkeit Schlagzeilen machen.
5. → ... Verantwortliche in den Medien die Bedeutung von Nachhaltigkeit für ihr Geschäft betonen, aber bei den Investoren kein einziges Wort mehr darüber verlieren.

Fünf Fragen, die Stiftungen in Bezug auf die nachhaltige Verwaltung ihres Stiftungsvermögens unbedingt stellen sollten:

1. → Ist das Portfolio hauptsächlich in den Industriesektoren Energie (Öl und Kohle), Grundstoffe (Mining) und Versorger (Utilities) investiert?
2. → Welcher Ansatz wird verfolgt? Bedeutet ein „Best in Class“ in Wirklichkeit „die Besten der Schlechten“?
3. → Gibt es in der Bank ein Team von internen Spezialisten, die sich mit der Analyse von nachhaltigen Unternehmen auseinandersetzen?
4. → Bekommen Sie eine Antwort, wenn Sie Ihren Berater nach den Klimarisiken in Ihrem Portfolio fragen?
5. → Bekommen Sie regelmässig ein Reporting, das Ihnen auch die Wirkung Ihrer Anlagen aufzeigt?