

NACHHALTIGES INVESTIEREN

Wie Finanzdienstleister ihr Marketing für
ESG Produkte verändern müssen



Summary



Nachhaltige Wertpapiere liegen im Trend und immer mehr Banken bieten sie als alternative Anlageprodukte zu den üblichen Wertpapieren an. Doch aus welchen Gründen investieren Manche in nachhaltige Wertpapiere und was hält Andere davon ab? In dieser Studie der Cheil Germany GmbH wurde der Frage nachgegangen, was nachhaltige Investoren von konventionellen Investoren unterscheidet. Die

Studie zeigt, dass im Allgemeinen mehr Interesse an nachhaltigen Wertpapieren besteht, als zumeist vermutet. Konventionelle Investoren unterliegen größtenteils dem Vorurteil, dass nachhaltige Wertpapiere schlechter performen als konventionelle. Doch es gibt noch weit mehr Merkmale, die sie von nachhaltigen Investoren unterscheiden und in diesem Paper dargestellt sind.

Die Studie

Konventionelle Investoren **53%**

526
Investoren

47% Nachhaltige Investoren

Nachhaltigkeit steht hoch im Trend. Ob beim Einkaufen, Auto fahren oder Haus bauen – grüne Produkte, ökologische Alternativen und Bio-Siegel sind inzwischen in allen Branchen zu finden. Selbst am Finanzmarkt geht der Trend nicht spurlos vorbei: Der Anteil nachhaltiger Geldanlagen, auch Social Responsible Investments genannt, hat sich europaweit über die letzten zwei Jahre mehr als verdoppelt. Allein auf dem deutschen Markt wuchs das Anlagevolumen nachhaltiger Wertpapiere innerhalb des vergangenen Jahres um ganze 117%. Dieser Trend wird durch die Politik verstärkt. Im Frühjahr 2018 veröffentlichte die

EU-Kommission den EU-Aktionsplan „Finanzierung nachhaltigen Wachstums“. Damit sind seit 2022 institutionelle Anleger und Vermögensverwalter dazu verpflichtet, Nachhaltigkeitsaspekte bei Investitionen zu berücksichtigen und diese für alle Anlageformen offen zu legen. Finanzberater, Wertpapierfirmen und Versicherungsvertreiber sind dazu angehalten, Ziele und Risikotoleranz von Geldanlagen auf ihre Nachhaltigkeit zu prüfen, sowie die Nachhaltigkeitspräferenzen jedes Kunden zu eruieren.

Die Studie

Soziodemografie



Börsenaktivität

Marketing



Nachhaltige Investoren



Somit werben immer mehr Banken und Finanzdienstleister mit nachhaltigen Angeboten auf ihren Webseiten und in Newslettern. Doch der große Erfolg bleibt aus. Der Anteil nachhaltiger Fonds und Mandate am deutschen Gesamtfondsmarkt liegt Ende 2020 bei gerade mal 6,4 %. Im Gegensatz dazu macht der Anteil nachhaltiger Fonds und Mandate am Gesamtfondsmarkt in den Nachbarländern Österreich bereits 19,8%, in der Schweiz sogar knapp 52% aus. Viele Investoren geben an, nachhaltige Geldanlagen als sinnvoll zu erachten, entscheidet sich aber trotzdem für konventionelle Fonds und Aktien. Doch aus welchen Gründen? Und wie können Dienstleister agieren, um konventionelle Investoren zu nachhaltigen Investments zu bewe-

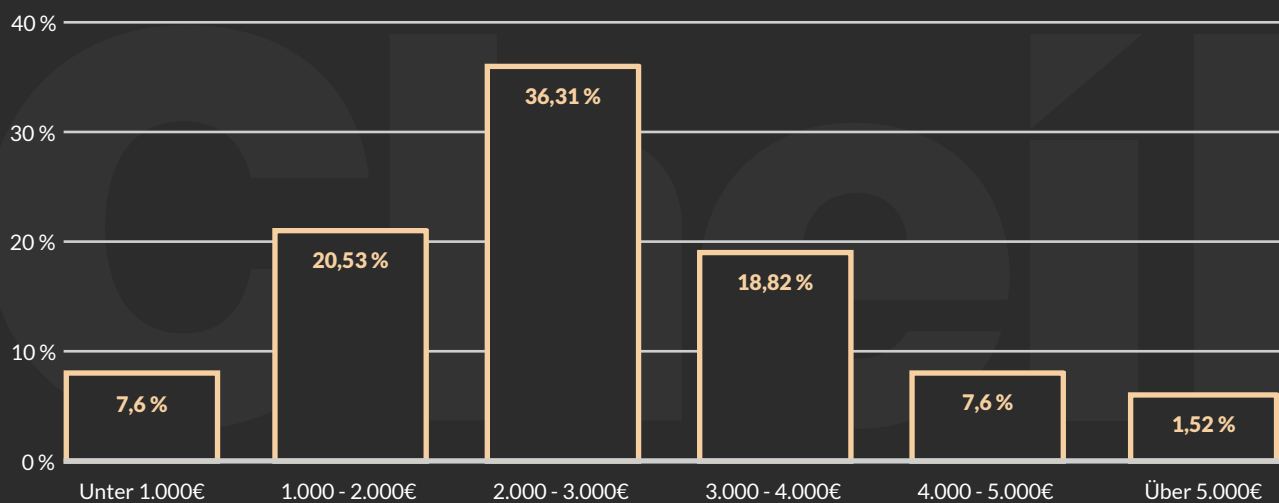
gen? Um diese Fragen zu beantworten haben wir eine Studie mit 247 nachhaltigen und 279 konventionellen Investoren angesetzt, um die Merkmale herauszufiltern, die die beiden Investorengruppen voneinander unterscheiden. Wir untersuchten, welche Faktoren konventionelle Investoren davon abhalten, in nachhaltige Geldanlagen zu investieren und wie mögliche Hürden überwunden werden können. Diese Zielgruppenanalyse soll insbesondere einen Mehrwert für Werbebranchen und Marketingabteilungen von Banken und Finanzinstituten bieten, um anhand der Ergebnisse nachhaltige Finanzprodukte adäquat bewerben und platzieren zu können.

Ergebnisse

Soziodemografie



Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



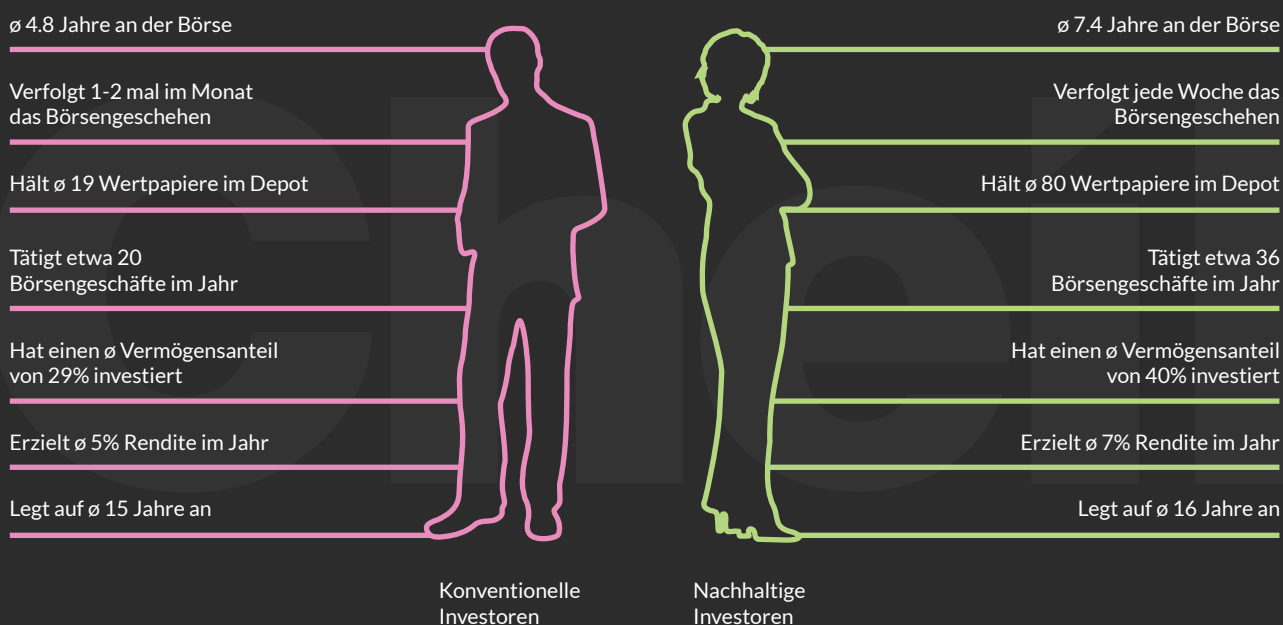
Um die marketingrelevante Zielgruppe besser definieren zu können, ist eine soziodemografische Analyse durchgeführt worden. Diese zeigte, dass entgegen den Annahmen einiger Studien die Investorengruppen weder hinsichtlich der Geschlechtsverteilung noch des Alters Unterschiede aufweisen. Egal ob konventionell oder nachhaltig – Männer wie Frauen investieren ihr Geld gleichermaßen in Wertpapiere. Der Großteil der Investoren

ist zwischen 25-45 Jahren alt und hat mit einem Hochschulabschluss das höchste Bildungsniveau. Sie verdienen zwischen 1.000€ – 3.000€ netto im Monat und gehören mehrheitlich keiner Religionsgemeinschaft an. Politisch unterscheiden sie sich kaum in ihrer Ausrichtung, wobei nachhaltige Investoren eine tendenziell höhere Sympathie zu der Partei Bündnis 90/Die Grünen und der FDP haben.

Börsenaktivität



Investoren im Vergleich



Bei einem Blick darauf, wie aktiv die zwei Investorengruppen an der Börse sind, zeigen sich erste Unterschiede. Der Großteil aller Investoren ist erst seit wenigen Jahren aktiv an der Börse, wobei die nachhaltigen Investoren angeben, deutlich intensiver das tägliche Börsengeschehen zu verfolgen. Sie halten mehr Wertpapiere in ihrem Depot, investieren einen höheren Vermögensanteil und tätigen mehr Börsengeschäfte im Jahr als konventionelle Investoren. Auch die prozentuale Rendite ist bei den nachhaltigen Investoren um 1% höher. Von den Kriterien, die bei der Auswahl ihrer Wertpapiere eine Rolle spielen, sind den beiden Investorengrup-

pen die Verfügbarkeit (Liquidität) und die Rentabilität gleich wichtig. Nur das Kriterium Sicherheit ist für konventionelle Investoren signifikant wichtiger als für nachhaltige Investoren. Möglicherweise ein Hinweis darauf, dass konventionelle Investoren nachhaltige Wertpapiere für zu unsicher halten. Bei den Gründen für das Geldanlegen in Wertpapiere ist konventionellen Investoren das Ansparen für größere Anschaffungen wie Immobilien deutlich wichtiger als nachhaltigen Investoren. Doch was hält konventionelle Investoren davon ab in nachhaltige Wertpapiere zu investieren?

Börsenaktivität



Gründe von konventionellen Investoren gegen nachhaltige Wertpapiere



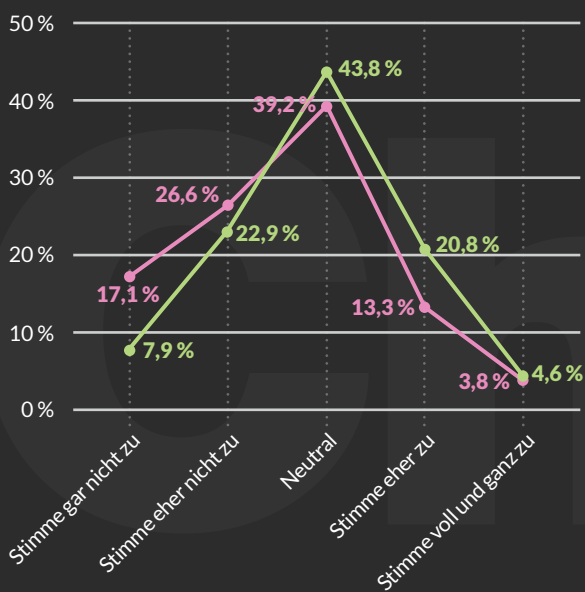
Sie haben eine andere Wahrnehmung, was die Chancen und Risiken nachhaltiger Wertpapiere am Aktienmarkt angeht. Es wundert nicht, dass nachhaltige Investoren diesen Aussagen nicht zustimmen. Da sie bereits in nachhaltige Wertpapiere investiert haben, konnten sie sich die Informationen zusammensuchen und

finanziell attraktive Produkte heranziehen. Es ist nicht der Markt oder das Angebot an nachhaltigen Wertpapieren mangelhaft, sondern der Großteil der konventionellen Investoren hat keinen Zugang zu diesem gefunden.

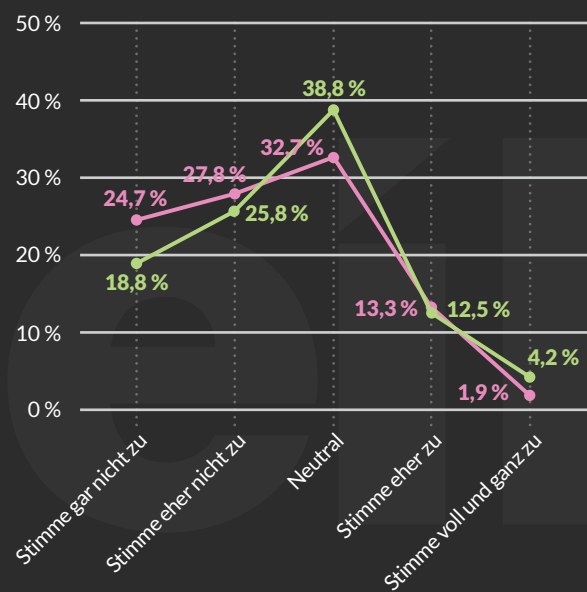
Börsenaktivität



Nachhaltige Wertpapiere performen besser als konventionelle



Das Risiko ist bei nachhaltigen Wertpapieren geringer als bei konventionellen



Konventionelle Investoren
 Nachhaltige Investoren

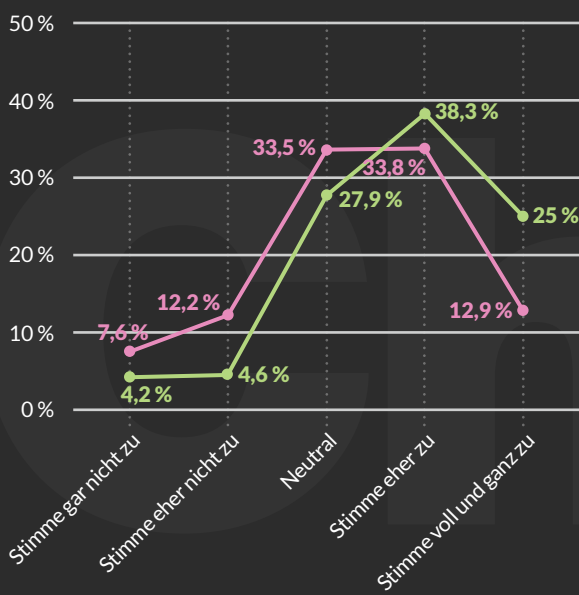
Da 91% der konventionellen Investoren angaben, dass sie von dem Thema „nachhaltige Geldanlagen“ bislang nur gelesen oder gehört hatten und sie sich nicht intensiv damit beschäftigt haben, ist es verständlich, dass sie weniger Informationen dazu haben und sich auf diesem Markt bislang eher verloren fühlen. Woran es liegt, dass sie sich bisher nicht intensiver

mit dem Thema auseinandergesetzt haben bzw. das Angebot an Beratungsmöglichkeiten bemängelt, lässt sich nur spekulieren. Es scheint, als hätten Banken und Finanzinstitute bisweilen Probleme damit, ihre Kunden ausgiebig zu erreichen und ihnen passende Angebote zu präsentieren.

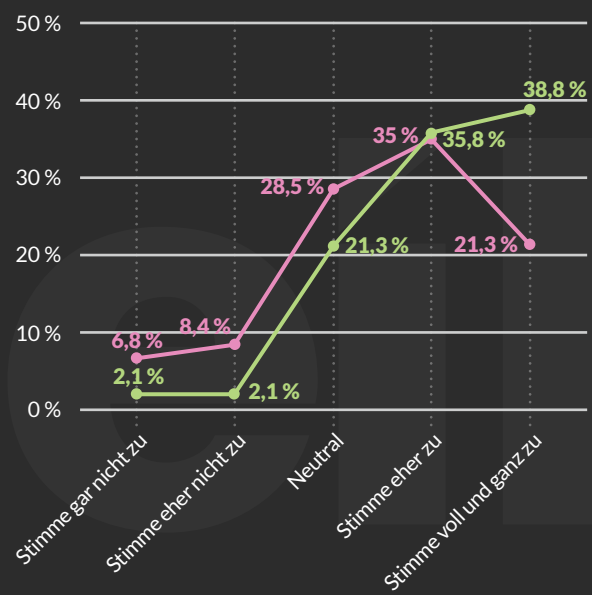
Börsenaktivität



Ich werde in den kommenden 2 Jahren meinen Anteil an nachhaltigen Wertpapieren erhöhen



Ich werde in den kommenden 5 Jahren meinen Anteil an nachhaltigen Wertpapieren erhöhen



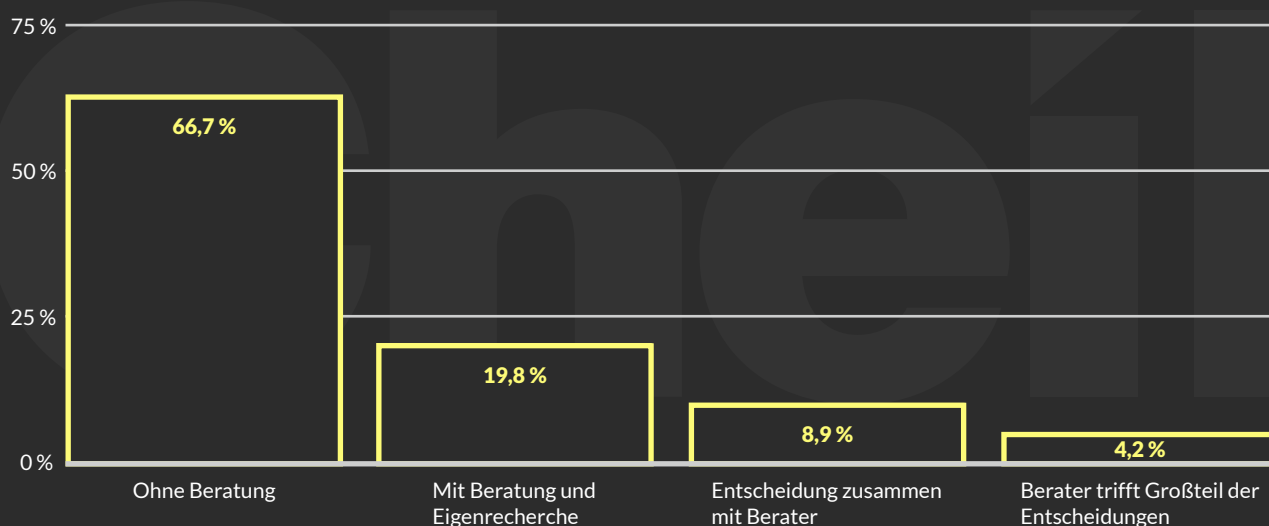
Konventionelle Investoren
 Nachhaltige Investoren

Man darf nicht vergessen, dass von den insgesamt 279 konventionellen Investoren 82% angaben, dass sie, trotzdem sie noch nicht nachhaltig investiert haben, daran interessiert sind. Heißt, dass das Interesse und der Wunsch durchaus bei den Investoren vorhanden sind, sie jedoch noch nicht angemessen angesprochen wurden und in dieses Thema ausreichend eingeführt wurden. Übereinstimmend mit diesen Ergebnissen

zeigte sich, dass die konventionellen Investoren weniger als die nachhaltigen Investoren davon überzeugt waren, dass nachhaltige Wertpapiere besser performen als konventionelle. Ihre Intention war dementsprechend sowohl für die nächsten zwei als auch fünf Jahre geringer, ihre Anteile an nachhaltigen Wertpapieren zu erhöhen, als es bei den nachhaltigen Investoren der Fall war.



Inwieweit werden Entscheidungen unter Berücksichtigung von Beratung getroffen?



Wo und wie informieren sich Investoren über Wertpapiere? Die Antwort auf diese Frage beeinträchtigt maßgeblich die Marketingstrategie und konnte durch unsere Studie gefunden werden. Die Investorengruppen unterscheiden sich in der Nutzung von Medien und Kommunikationskanälen zum Einholen von Informationen kaum. Am geringsten wurde die persönliche/ telefonische Anlageberatung in Anspruch genommen, am häufigsten veröffentlichte Performance Rankings und unabhängige Finanzportale, wobei besonders nachhaltige Investoren diese beiden

Quellen nutzen. Der Großteil der Investoren trifft die Entscheidung für eine Anlage ohne den Einfluss eines Beraters und entscheidet sich innerhalb einer Woche für die entsprechenden Wertpapiere. Nachhaltige Investoren fühlen sich nach dem Treffen einer Entscheidung deutlich sicherer als konventionelle Investoren. Am häufigsten wird über das Internet mit den Finanzinstituten kommuniziert, wobei Apps überwiegend zur Abfrage des Kontostands und für Transaktionen verwendet werden und weniger für Informationen oder Newsletter.

Nachhaltige Investoren



Schauen wir uns nun den nachhaltigen Investor genauer an. Etwa 28% seiner Wertpapiere im Gesamtportfolio sind nachhaltig und auf einen Anlagehorizont von 16 Jahren ausgelegt. Die häufigste Strategie, nach der nachhaltige Investoren ihre Wertpapiere auswählen, sind positives Screening und thematische Investitionen. Von den drei ESG-Faktoren (Environment, Social, Governance) ist der Umweltfaktor am beliebtesten, gefolgt von

dem sozialen Faktor und dem Governance-Faktor. Dennoch sind ihnen die finanziellen Aspekte der Wertpapiere mindestens so wichtig wie die nicht-finanziellen Aspekte. Der am häufigsten angegebene Grund für die nachhaltigen Wertpapiere war, dass man neben dem Investieren etwas Gutes tun kann, gefolgt von einer langfristig höheren Rendite.

Handlungsempfehlungen

Es ist mehr Interesse da als gedacht. Schöpfen Sie es aus!



Das Interesse an nachhaltigen Wertpapieren ist unter Investoren größer als allgemein vermutet wird, denn ganze 87% der befragten konventionellen Investoren sind interessiert! Bisherige Hemmungen resultierten einerseits aus dem Glauben, diese Form der Anlage würde schlechter performen als konventionelle Anlagen und andererseits aus der Ansicht, unzureichend Informationen und Angebote zu bekommen. Fragen Sie bei Ihren Kunden nach, ob sie sich für das Thema Nachhaltigkeit in ihren Investments interessieren und kommen Sie den Präferenzen bei der Beratung entgegen. Räumen Sie mit den Vorurteilen auf und schaffen Sie Transparenz in einem komplexen Markt. Fragen Sie auch nach den Defiziten und Gründen, woran eine Investition bisher gescheitert ist. Es wartet viel ungenutztes Potenzial auf Sie, das mit Hilfe von Aufklärung und Transparenz ausgeschöpft werden kann.

Schwarze Zahlen gehen über grüne Absichten.



Wer sein Geld nachhaltig anlegt, der tut das nicht aus reinem Altruismus, denn finanzielle Aspekte spielen am Ende immer noch eine wichtige Rolle. Bedenken Sie das unbedingt bei der Auswahl nachhaltiger Wertpapiere, zu denen Sie Ihren Kunden raten. Die nachhaltigen Investments müssen mindestens so gut, wenn nicht noch besser performen als konventionelle Wertpapiere, um für die Investoren attraktiv zu sein. Die positiven Erfahrungen der nachhaltigen Investoren zeigen, dass die nachhaltige Wertpapiere von ihrer Rentabilität grundsätzlich mit anderen Wertpapieren mithalten können. Auch wenn es schön ist, mit den eigenen Wertpapieren etwas Gutes zu tun, ist und bleibt der Hauptnutzen von Investments der finanzielle Mehrwert.

Nutzen Sie Ihre Angebote als Köder, nicht als Belohnung.



Auch wenn ein persönliches Beratungsgespräch Ihnen den meisten Spielraum bietet, Bedürfnisse abzufragen und alternative Angebote aufzuzeigen, neigen die meisten Investoren dazu, sich im Internet auf eigene Faust zu informieren und Informationsquellen zu bestimmen. Behalten Sie Ihre Angebote also nicht für sich und warten darauf, mit ihnen bei einem persönlichen Gespräch zu überzeugen. Kommen Sie Ihren Kunden auf der digitalen Suche entgegen und nutzen Sie kurze Bedürfnisumfragen und einfache Klickstrecken. So bieten Sie Ihnen die Sicherheit, die sie durch eigenhändige Recherche erhalten und machen gleichzeitig auf Ihre geballte Kompetenz und Angebotsvielfalt aufmerksam.

Connected experiences that matter



Unverwechselbare
Markenerlebnisse

Skalierbare Plattformen

Geschäftsfeld- und
Produktinnovationen

Zusammen mit unseren Kundenpartnern entwickeln wir kreative Lösungen für unverwechselbare Markenerlebnisse, skalierbare Plattformen sowie Geschäftsfeld- und Produktinnovationen. Doch ganz egal was wir auch tun, das Wie ist immer dasselbe: denn wir begreifen und betrachten eine Marke oder eine Institution, eine Plattform und ein Produkt stets als einen Service, der Relevanz schafft für Konsumenten oder die Gesellschaft.



Sie haben Fragen oder wollen über
Ihr nächstes Projekt sprechen?
Dann nehmen Sie direkt Kontakt zu uns auf:
<https://cheil.de/kontakt/>