

Jörg Weber und ECOreporter – Zwei Kompetenzführer und Pioniere im Bereich der nachhaltigen Geldanlagen



Name: Jörg Weber

Funktion/Bereich: Geschäftsführer/Vorstand

Organisation: ECOreporter.de AG/ECOeffekt GmbH

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

das Thema Nachhaltigkeit gewinnt im Bereich der Geldanlage zunehmend an Bedeutung. Anfangs noch belächelt, entwickelt sich die nachhaltige Geldanlage vom Nischendasein in Richtung Mainstream, zumindest was das Marketing der Produktanbieter betrifft.

Gerade in den letzten beiden Jahren konnte der Markt sein Volumen auch tatsächlich mehr als verdoppeln und steht damit prinzipiell für beeindruckendes Wachstum, allerdings auf noch bescheidener Basis. Trotz Fukushima und Co. ist der Anteil am Gesamtmarkt immer noch (zu) gering, d.h. bis zum Mainstream, unter dem Aspekt der Relevanz bei den Anlegern, liegt noch ein Weg vor der Branche.

Um das Thema zu fördern, organisieren wir mit den wichtigsten Leuchttürmen im Markt die Initiative Nachhaltige Geldanlagen 2020. Im ersten Schritt lassen wir die führenden Akteure der Branche die Chancen und Herausforderungen und den Status-Quo reflektieren.

Es freut uns sehr, dass wir in unserer Serie Herrn Jörg Weber, einen ausgewiesenen Nachhaltigkeitsexperten, Vorstand des ECOreporter.de AG-Verlags und Geschäftsführer der ECOeffect GmbH, vorstellen dürfen.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr NetSkill-Team

Sehr geehrter Herr Weber,

Frage 1: ECOeffekt & Jörg Weber als Pioniere nachhaltiger Geldanlagen

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt im Bereich der Geldanlage zunehmend an Bedeutung. Anfangs noch belächelt, entwickelt sich die nachhaltige Geldanlage dank Fukushima und Co. vom Nischendasein in Richtung Mainstream – zumindest, was das Marketing der Produktanbieter angeht. ECOreporter.de und -effekt haben sich dem Thema schon vor über 15 Jahren verschrieben. Daher freut es uns, dass wir Sie im Rahmen unserer Initiative Nachhaltige Geldanlagen 2020 als Branchen-Experten vorstellen dürfen.

Wie haben Sie das Thema Nachhaltige Geldanlagen für sich entdeckt? Wie kam es zur Gründung der ECOeffect GmbH? Was sind heutige Ihre wichtigsten Geschäftsfelder in der Branche der Nachhaltigen Geldanlagen? Wie haben Sie persönlich die Entwicklung der Branche in den letzten Jahren miterlebt und begleitet?

Antwort:



1991 habe ich ein Buch mit praktischen Umweltratschlägen geschrieben. 15 Tipps beinhalteten die ökologische Geldanlage. Als Journalist habe ich dann auch über das Thema geschrieben, konnte es beim „SPIEGEL“ aber nur zwei Mal unterbringen. Später, als ich bei der ARD Fernsehjournalist war, konnte ich das Thema dort öfter platzieren. Als dann Mitte der neunziger Jahre „das Internet“ begann, bekannt zu werden, habe ich gedacht, es könnte nützlich sein, wenn man immer dann, wenn man Geld anzulegen hat, eine Internetseite findet, auf der ökologische Geldanlagen beschrieben sind. Das waren ja meist Bürgerprojekte damals, über die die üblichen Medien wenig berichtet haben. Die hatten auch keine Mittel, um Werbung zu schalten. Aus dieser Idee entstanden dann meine Firmen ECOeffekt GmbH und ECOreporter.de AG. Als das Thema nachhaltige Geldanlage in den Medien breiter wurde, aber die Anlageberater dafür fehlten, haben wir den zertifizierten Fernlehrgang ecoanlageberater aufgestellt. Mittlerweile haben über 200 Fachberater diese Qualifizierung absolviert – Selbständige, Sparkassen-Berater, Volksbank-Berater, Kundenbetreuer aus anderen Banken und Vermittlerverbänden.

Besonders viele Absolventen kommen aus grünen und ethischen Banken. Diese Menschen zu sehen, die sich gründlich und ernsthaft engagieren, das ist wirklich gut.

Frage 2: Nachhaltigkeit aus Sicht der Produkthanbieter?

Nach Fukushima und anderen Katastrophen könnte man meinen, dass sich die Finanzbranche im fundamentalen Wandel befände. Große Unternehmen schreiben sich „Nachhaltigkeit“ in Großbuchstaben auf ihre Brust und Kombinationen mit „Green ...“ und Co. schmücken die Produktpaletten vieler Anbieter. Befasst man sich jedoch näher mit einzelnen Unternehmen finden sich manchmal kaum mehr als ein paar Fonds oder andere Produkte, die das Label „Nachhaltigkeit“ wirklich verdienen.

Haben wir nichts dazugelernt? Ist Nachhaltigkeit am Ende vielfach doch noch aktuell vor allem eine Marketing-Maßnahme (Green Washing), zur Ansprache von Gutmenschen, ein Trend, auf den man als Finanzunternehmen aufspringen muss oder besteht doch die Hoffnung, dass sich die Branche in der Breite nachhaltig(er) ausrichtet? Wie ideologisch muss man Ihrer Meinung nach als Anbieter das Thema „angehen“?

Antwort:



Wissen Sie, aus wieviel Prozent Hanf heutzutage die Türinnenverkleidung eines Mercedes besteht? Wieviel Strom die Telekom mittels Erneuerbarer-Energie-Kraftwerke erzeugt? Nachhaltigkeit ist ein Thema der Details. Es geht nicht mehr darum, mit dem Schlauchboot vor Verklappungsschiffen herumzufahren. Das war vor 25 Jahren wichtig für den Umweltschutz. Heute geht es zumindest in Deutschland zu 95 Prozent um fortlaufende, kleine Verbesserungen, um Perfektionierungen. Das ist der Öffentlichkeit kaum zu erklären, Wie spannend ist denn auch eine Türinnenverkleidung? Eben – gar nicht. Aber in solchen Dingen zeigt sich der Fortschritt. Das ist alles andere als green washing. Ich will die Wirtschaft nicht schönreden, sie könnte noch umweltschonender sein, klar. Aber letztlich ist es der Verbraucher, der die Millionen Handys pro Jahr kauft, der immer mehr Kilometer mit seinem Auto fährt, der immer größere Wohnungen beheizt. Wenn die Verbraucher es wollten, wäre die Industrie noch wesentlich mehr gezwungen, umweltfreundliche Produkte zu produzieren. Warum eigentlich ist der 3-Liter-Lupo von VW so selten verkauft worden?

In der Finanzbranche sehe ich das etwas anders. Da gibt es wirklich die richtig nachhaltigen Anbieter, die unideologisch und praktisch arbeiten. Die zeigen wir auf unseren Messen Grünes Geld – die nächste übrigens in Berlin am 24. März. Wir sind überzeugt, dass wir in Berlin vielen Politikern beweisen können, was nachhaltige

Geldanlage bedeutet und welche Kraft dahinter stecken kann. Wer uns dabei unterstützen kann: Herzlich willkommen! Denn die Idee muss weiter wachsen.....Aber es gibt leider jede Menge andere Anbieter, die green washing betreiben. Einige Großbanken sind hier besonders grün-weich gespült. Wir haben daher in unseren Produkttests die Nachhaltigkeit der Finanzprodukte als einen wichtigen Punkt eingebaut. Auf unsere Messen lassen wir keine Aussteller, die den Nachhaltigkeitstrend als reine, grün geschmückte Trittbrettfahrer nutzen wollen.

Frage 3: Nachhaltigkeit aus Sicht der Anleger und Anlageberater?

Laut einer Studie vom SD-M mit Unterstützung vom Bundesumweltministerium und Allianz Global Investor, spielen Nachhaltigkeitsaspekte auch im Rahmen von Bundespensionsfonds bisher keine Rolle. Der Staat als Vorbild wirkt unglaublich. Auch Privatanleger setzen aktuell eher auf altbewährte Kapitalanlagen. Wie der aktuelle Marktbericht des Forum Nachhaltige Geldanlage (FNG) vom November 2011 zeigt, ist der Anteil nachhaltiger Investments am deutschen Gesamtmarkt im Bereich Fonds, Mandate und sonstige Finanzprodukte mit 0,9 Prozent noch immer gering.

Wo bleibt Ihrer Meinung nach da die Verantwortung der Anleger? Zählt bei aller Klage gegen die Gier am Schluss für Anleger in der Regel doch vor allem die Rendite? Wie kann man institutionelle und private Anleger für das Produkt Nachhaltige Geldanlage umfassender interessieren als dies heute der Fall ist? Wie gelingt es auch die Marktpartner wie Sparkassen und Volksbanken, Allfinanz-Dienstleister und andere Vermögensberater für das Thema umfassender als heute zu gewinnen?

Antwort:



Die meisten Anleger sind sehr verunsichert. Man sieht aber beim Kundenwachstum etwas der GLS Bank und der Umweltbank, dass sich viele Menschen entschließen, Geldanlage anders zu betreiben. In die von Ihnen genannten Marktberichte geht ja vor allem so etwas ein wie die Frage, welchen Anteil beispielsweise nachhaltige Aktienfonds am

Gesamtmarkt der Aktienfonds haben. Dass wir hier kein riesiges Wachstum haben, liegt auch schlicht daran, dass die nachhaltigen Fonds sich in den letzten Jahren nicht eben gut entwickelt haben. Wir untersuchen den Markt seit 1999 fortlaufend.



ECOREporter wurde dazu zunächst vom NRW-Umweltministerium beauftragt, seit vielen Jahren erstellen wir die Berichte selbst, für unsere Abonnement-Kunden.

Wenn ich sehe, dass 90 Prozent der nachhaltigen Aktienfonds 2011 Verluste aufwiesen – da kann ich die Enttäuschung der Anleger nachvollziehen. Sie haben ja gerade gedacht, Nachhaltigkeit sei etwas, das sich in Krisenzeiten bewährt. Hier muss sich die Branche einmal selbstkritisch fragen, ob ihre Ansätze zeitgemäß sind. Oder ob die Werbeversprechen passen. Nach meiner Meinung sind gut gemachte nachhaltige Finanzprodukte erfolgreicher als konventionelle. Aber nur im Durchschnitt. Dem Anleger, der mit einem einzelnen Solar-Aktienfonds viel Geld verloren hat, dem nutzt der Durchschnitt nichts.

Natürlich ist das nur die eine Seite. Die andere Seite, das sind die Anleger selbst. Es gibt immer noch Zehntausende, die für 0,15 Prozent mehr Zinsen auf dem Tagesgeld-Konto von einer Kirchenbank zu einer Bank wechseln, die noch vor zwei Jahren wegen unverantwortlicher Zocker-Geschäfte vom Staat gerettet werden musste. „Gier ist geil“ – wer macht sich schon klar, dass 0,15 Prozent Zinsen auf 5.000 Euro in einem halben Jahr nur 3,75 Euro bedeuten? Das reicht einmal nicht, um alle Portokosten des Wechsels zu bezahlen.

Und zu den Volksbanken und Sparkassen: im Großen und Ganzen haben die vernünftig agiert. Viele bemühen sich um Nachhaltigkeit, manche schneller, andere sehr langsam. Wir bekommen in unseren Fernlehrgang immer mehr eco-anlageberater aus diesen Banken. Sie stellen auch auf den Messen grünes Geld aus, sie zeigen unsere Ausstellung Rendite plus X, laden dazu ihre Kunden ein. Da ist ortsnahes Engagement. Auch viele der Kirchenbanken sind ja im Verbund der Volksbanken – das ergibt ein buntes Bild. Viele Experten aus anderen Nationen beneiden uns um unser Netz der Sparkassen und Volksbanken!

Frage 4: Blick in die Zukunft

Das Jahr 2012 hat gerade begonnen. Das ist ein idealer Zeitpunkt, auf ein sehr ereignisreiches Jahr zurück und nach vorne zu blicken.

Wie bewerten Sie das vergangene Jahr 2011 für die Branche und die ECOeffect GmbH? Was erwarten Sie vom gerade begonnenen Jahr 2012?

Antwort:

Es wäre gut, wenn wir dem bisherigen Finanzsystem eine echte Nachhaltigkeit einimpfen könnten. Mich wundert immer, dass bei allem Gerede um die Finanzkrise beispielsweise in Talkshows nie ein Vertreter der nachhaltigen Geldanlagen auftaucht. Da muss man sich kritisch fragen, ob das nur an den Medien liegt – oder ob die Branche der nachhaltigen Geldanlagen hier ein anderes Problem hat?

Für ECOreporter als Publikation im Internet und als gedrucktes Magazin sehe ich schon jetzt: Es gibt mehr Arbeit für unsere Wachhund-Rubrik. Die schwarzen Schafe im grünen Mantel nehmen zu. Hier erhoffe ich mir mehr Unterstützung aus der Branche, Wir prangern diese schwarzen Schafe an, aber wir tragen auch die Last der millionenschweren Schadensersatzklagen, Wir haben jeden Prozess gewonnen, aber doch immer viel Zeit verloren. Ich glaube, die Wachhundrubrik nutzt der gesamten Branche, aber diese Branche muss auch einsehen, dass seriöser Journalismus mit unabhängigen Redakteuren eben Geld kostet. Immer mehr private Abonnenten zeigen aber in dieser Finanzkrise dafür Verständnis, dass Internet nicht nur „frei“ funktionieren kann. Sie wollen unsere Berichte und Tests, von denen sie wissen, dass da nicht der Tenor der Berichterstattung und die Werbeeinnahmen in einem Zusammenhang stehen. Ich erwarte, dass wir hier 2012 noch besser zeigen können, was wir journalistisch drauf haben – da wird es einige Überraschungen geben.

Und: Wir überlegen, mit ECOreporter eine Stiftung zu gründen, die sich vor allem um die unbequemen und grundsätzlichen Themen der nachhaltigen Geldanlage kümmert. Hier brauchen wir schlicht eins: Unterstützung.

Vielen Dank für das Interview!