



**Umfrage zu Nachhaltiger Geldanlage
bei
Genossenschaftsbanken**

Kurzstudie

Autoren: Andreas Kick

April 2024

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	III
Zusammenfassung	4
1. Einleitung	4
2. Daten & Methodik	4
3. Ergebnisse.....	6
3.1 Kundenverhalten	6
3.2 Qualifikation von Kundenberatern	8
3.3 Sonstiges.....	11
4. Zusammenfassung	13
Literaturverzeichnis.....	V
Anhang	VI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Teilnehmer nach Mitarbeiteranzahl.	5
Abbildung 2: Teilnehmer nach Bilanzsumme.	5
Abbildung 3: Kundennachfrage.	6
Abbildung 4: Kundennachfrage nach Alter.	7
Abbildung 5: Kundennachfrage nach Einkommen.	7
Abbildung 6: Kundenmotive.	8
Abbildung 7: Argumentationssicherheit von Beratern.	9
Abbildung 8: Schulungsangebot (fachlich).	9
Abbildung 9: Schulungsangebot (vertrieblich).	10
Abbildung 10: Angebotene Schulungsformen.	11
Abbildung 11: Qualifikationsbedarf.	11
Abbildung 12: Wichtige Barrieren.	12
Abbildung 13: Kriterien für eine Ratingteilnahme.	13

Zusammenfassung

1. Einleitung

„Vielmehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft, denn in ihr gedenke ich zu leben!“ – Albert Einstein

Die Frage nach Nachhaltigkeit in der Geldanlage gewinnt zunehmend an Bedeutung in einer Welt, die sich mit Umweltproblemen, sozialen Ungerechtigkeiten und wirtschaftlichen Herausforderungen konfrontiert sieht. Getreu dem Motto „Geld regiert die Welt“ kurbeln zielgerichtete Investitionen in nachhaltige Technologien diese an und helfen somit, die im Rahmen des „European Green Deal“ formulierten Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Gleichzeitig führt gezieltes „Divestment“, also das Abziehen von Geldern aus nicht nachhaltigen Projekten dazu, dass diese nicht mehr verwirklicht werden. Genossenschaftsbanken sind traditionell lokal verwurzelt und sehen sich als fester Bestandteil ihrer Region mit dem Auftrag ihre Mitglieder optimal zu fördern.¹ Ihnen fällt somit eine Schlüsselrolle bei der Transformation lokal agierender Unternehmen hin zu, indem sie diese dabei unterstützen sich zukunftsfähig und nachhaltig auszurichten.

Diese Kurzstudie fasst die Ergebnisse der IVFP-Umfrage unter 38 Genossenschaftsbanken zu den bisherigen Erfahrungen von Genossenschaftsbanken im Umgang mit Nachhaltiger Geldanlage zusammen. Aufgrund der geringen Teilnehmerzahl sind die Ergebnisse nur bedingt aussagekräftig und lediglich als Indikation zu sehen und zu bewerten.

2. Daten & Methodik

Die Daten wurden im Rahmen einer Online-Umfrage mit einem standardisierten Fragebogen erhoben. Von den zur Umfrage eingeladenen knapp 700 Genossenschaftsbanken haben schlussendlich 40 teilgenommen. Der Befragungszeitraum war von 31.10.2023 bis 22.11.2023. Die Auswertung erfolgt rein deskrip-

¹ Siehe <https://www.vr.de/privatkunden/was-wir-anders-machen/genossenschaftsbank.html>.

tiv. Den Abbildungen 1 und 2 ist zu entnehmen, dass der Großteil der Studienteilnehmer kleine Genossenschaftsbanken mit 22 bis 137 Mitarbeitern und einer Bilanzsumme bis 1,5 Mrd. € sind.

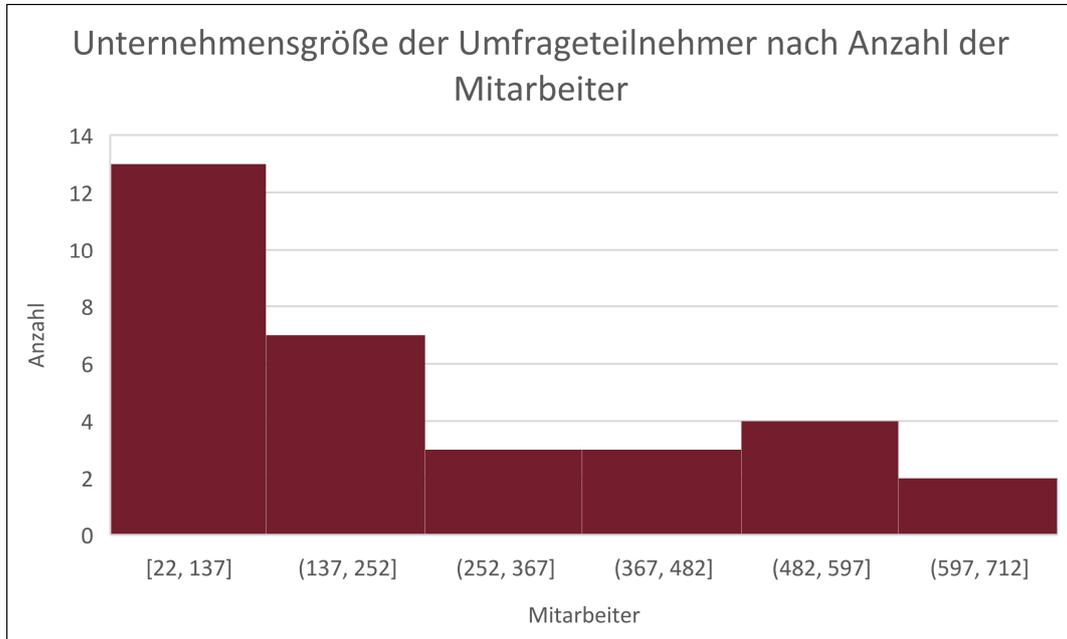


Abbildung 1: Teilnehmer nach Mitarbeiteranzahl.

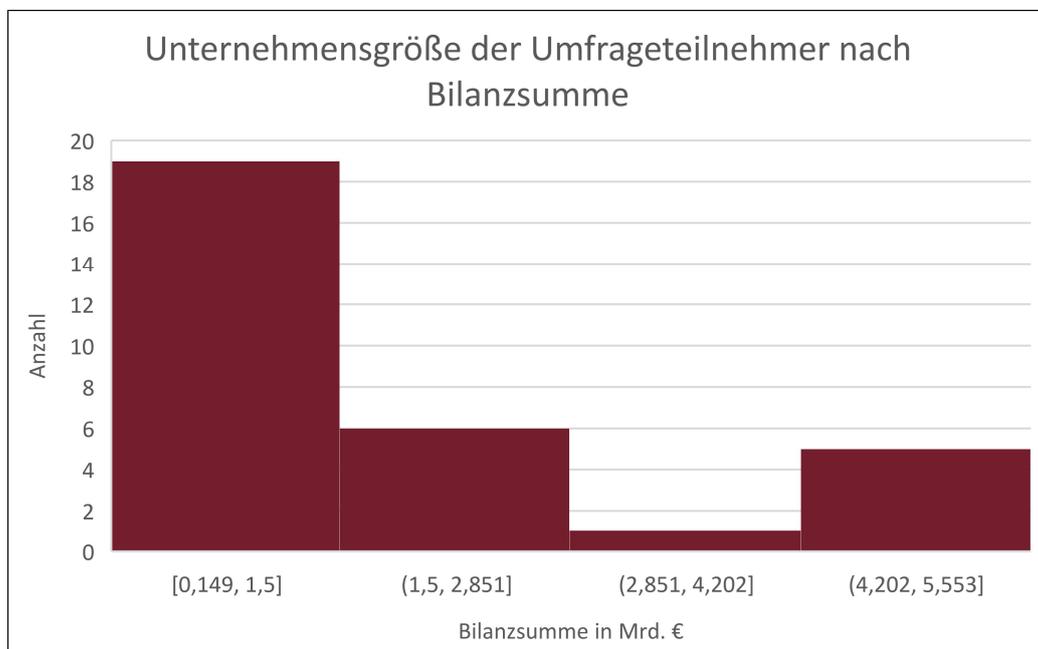


Abbildung 2: Teilnehmer nach Bilanzsumme.

3. Ergebnisse

3.1 Kundenverhalten

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit den Eigenschaften und dem Verhalten der Kunden der befragten Geldinstitute. Gemäß Abbildung 3 geben 67,5% der befragten Genossenschaftsbanken an, dass das Kundeninteresse nach nachhaltigen Geldanlagen in den letzten beiden Jahren leicht, bzw. stark gestiegen ist. Dies dürfte auf die zunehmende Verbreitung dieser Produkte zurückzuführen sein und auch auf die Pflicht zur Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen seit dem 03.08.2022.

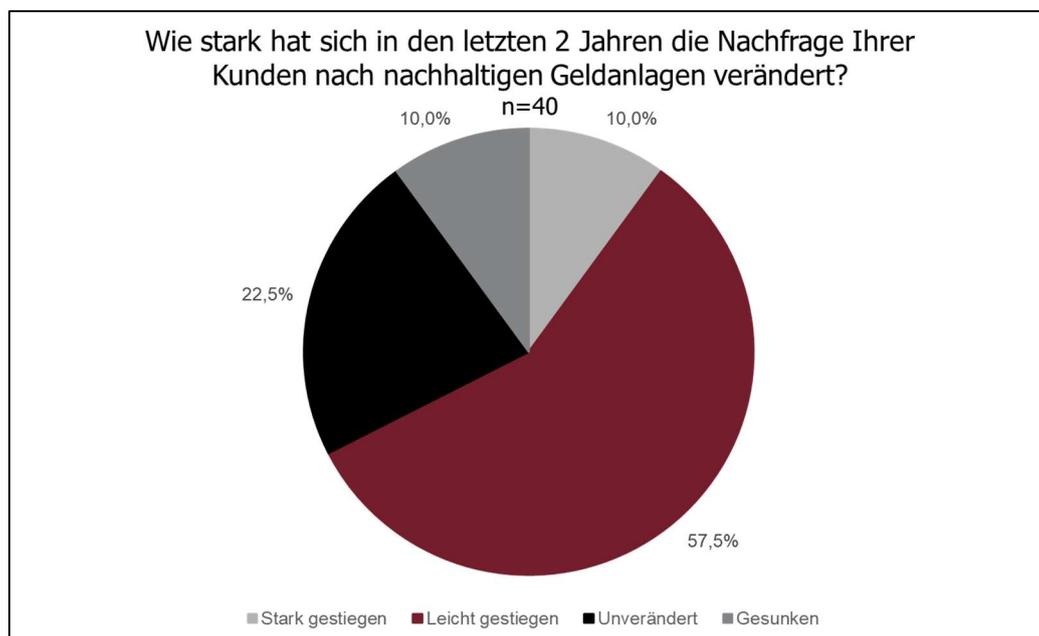


Abbildung 3: Kundennachfrage.

Weiterhin kann diese gesteigerte Nachfrage auf Kunden mit bestimmten sozio-ökonomischen Eigenschaften zurückgeführt werden. Nachhaltigkeit spricht demnach eher Kunden im Alter von bis 50 Jahre an (siehe Abbildung 4). Kunden über 50 Jahren stehen Nachhaltiger Geldanlage nach Ansicht der Umfrageteilnehmer dagegen eher skeptisch gegenüber. Bei der Einkommenssituation ist das Bild hingegen nicht so klar (siehe Abbildung 5). 45,9% der Befragten geben an, dass die Einkommenshöhe dahingehend nicht relevant ist, ob sich Kunden zu Nachhaltigen Geldanlagen beraten lassen. 48,6% Geben hingegen an, dass es sich eher um Kunden mit durchschnittlichen und überdurchschnittlichen Einkommen handelt.

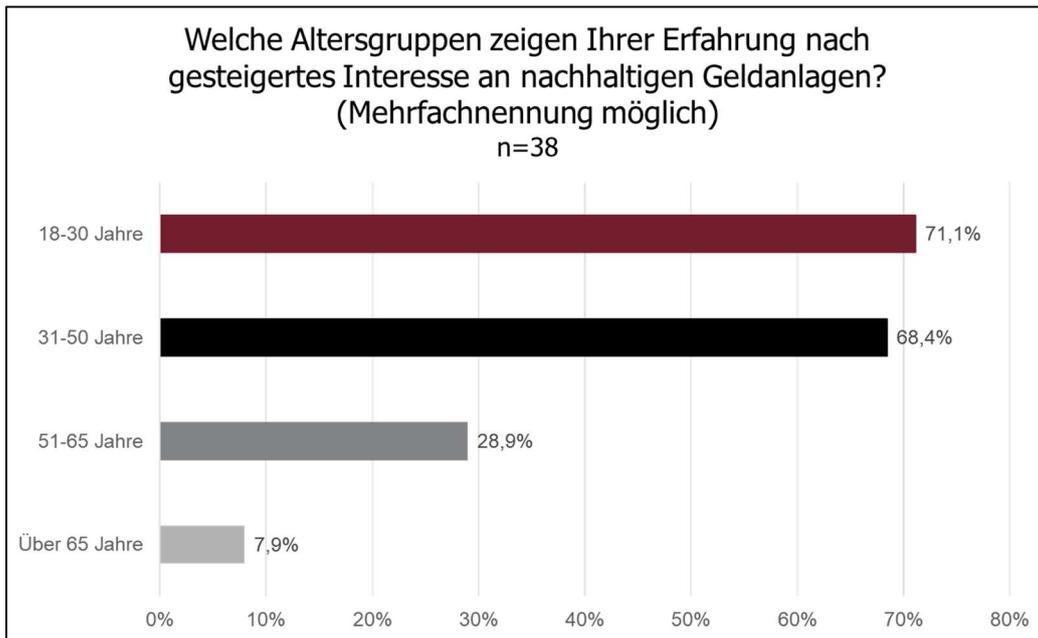


Abbildung 4: Kundeninteresse nach Alter.

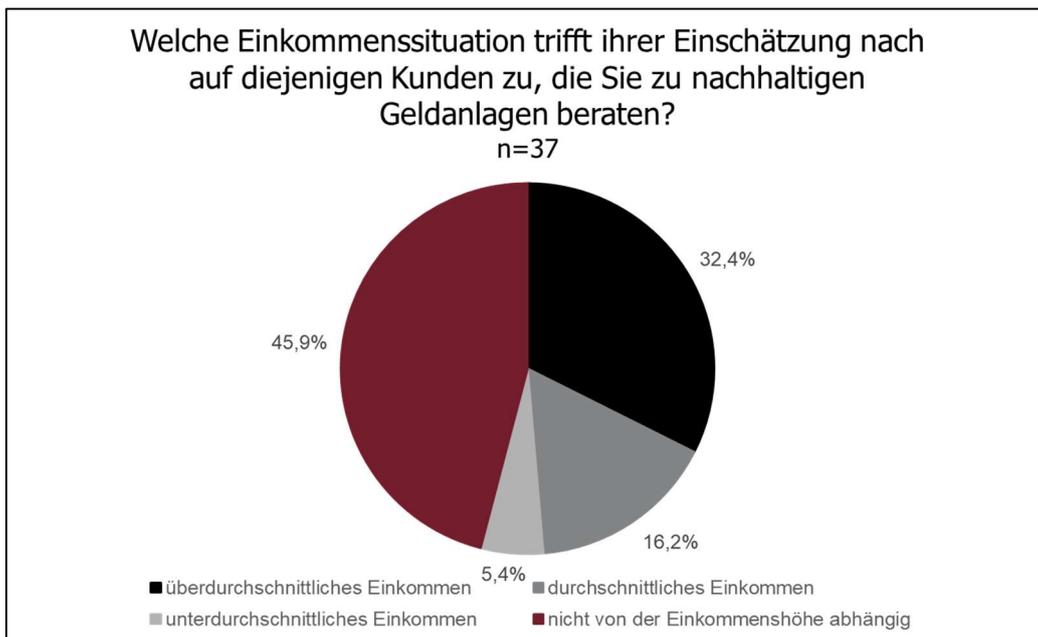


Abbildung 5: Kundeninteresse nach Einkommen.

Die Hauptmotive für Kunden in Nachhaltige Geldanlagen zu investieren sind in Abbildung 6 dargestellt. Der Umweltschutzgedanke ist dabei mit 74,3% zusammen mit sozialer Verantwortung (71,4%) das Hauptmotiv. Auch Ethische Überlegungen (40%) spielen eine Rolle. Die Wahrnehmung, mit Nachhaltigen Geldanlagen langfristig eine attraktive Rendite zu erwirtschaften ist mit 22,9%,

weniger ausgeprägt. Keine Rolle spielt hingegen der Aspekt der Risikodiversifikation (5,7%).

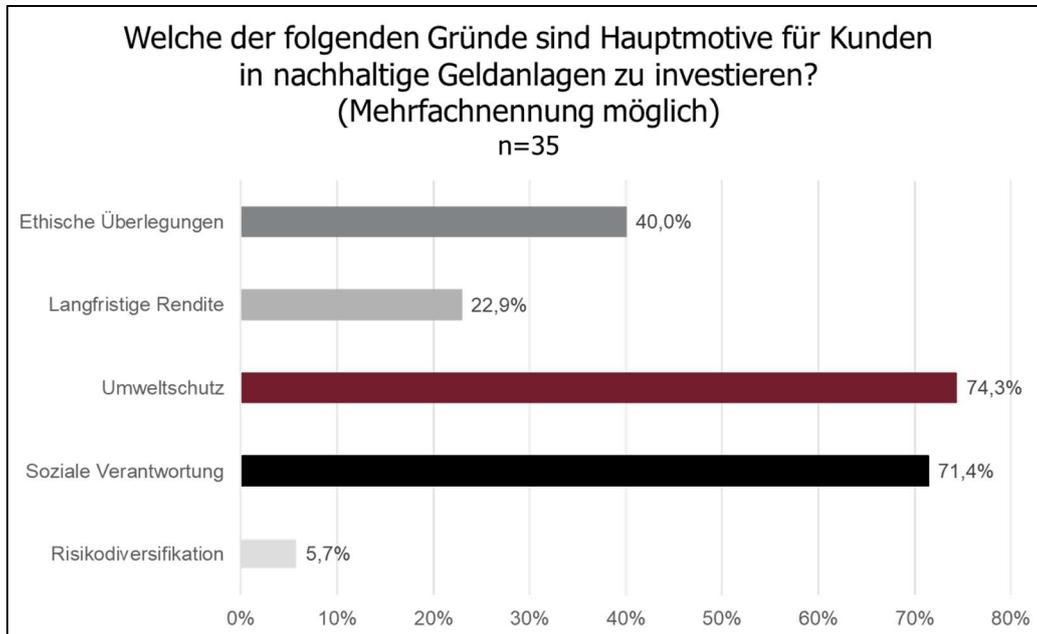


Abbildung 6: Kundenmotive.

3.2 Qualifikation von Kundenberatern

In diesem Kapitel steht die Aus- und Weiterbildung von Beratern in Bezug auf nachhaltige Geldanlagen im Vordergrund. Bei den befragten Genossenschaftsbanken ist man laut Abbildung 7 überwiegend von einer hohen Qualifizierungsquote der eigenen Berater überzeugt. Lediglich 8,6% geben an, dass die eigenen Berater „Wenig qualifiziert“ und damit nicht sehr argumentationssicher im Bereich der nachhaltigen Geldanlagen ist. Die Antwortoption „Gar nicht qualifiziert“ wurde kein einziges Mal ausgewählt. Um mit der dynamischen Entwicklung in diesem Finanzmarktbereich schritthalten zu können, ist eine regelmäßige Aus- und Weiterbildung unerlässlich. Dennoch geben laut Abbildung 8 nur 31,4% der befragten Institute an, mindestens jährliche Schulungen anzubieten. Der überwiegende Teil führt (54,3%) gibt an die Schulungen unregelmäßig und anlassbezogen durchzuführen. Nur eine Minderheit (14,3%) gibt an noch keine fachlichen Schulungen im Bereich nachhaltiger Geldanlage durchgeführt zu haben, wobei diese bei 8,6% immerhin in Planung sind.

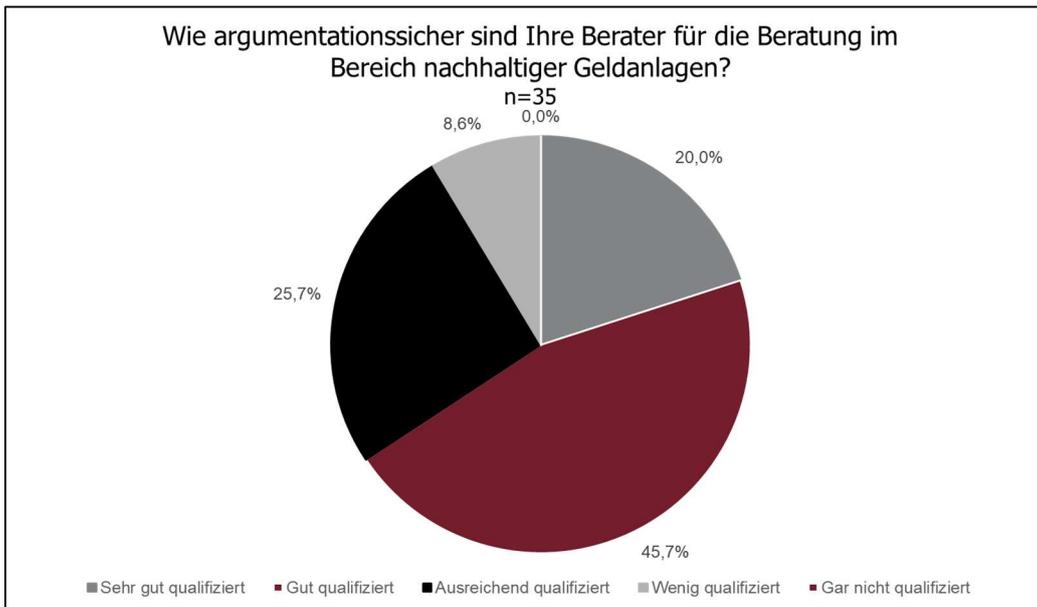


Abbildung 7: Argumentationssicherheit von Beratern.

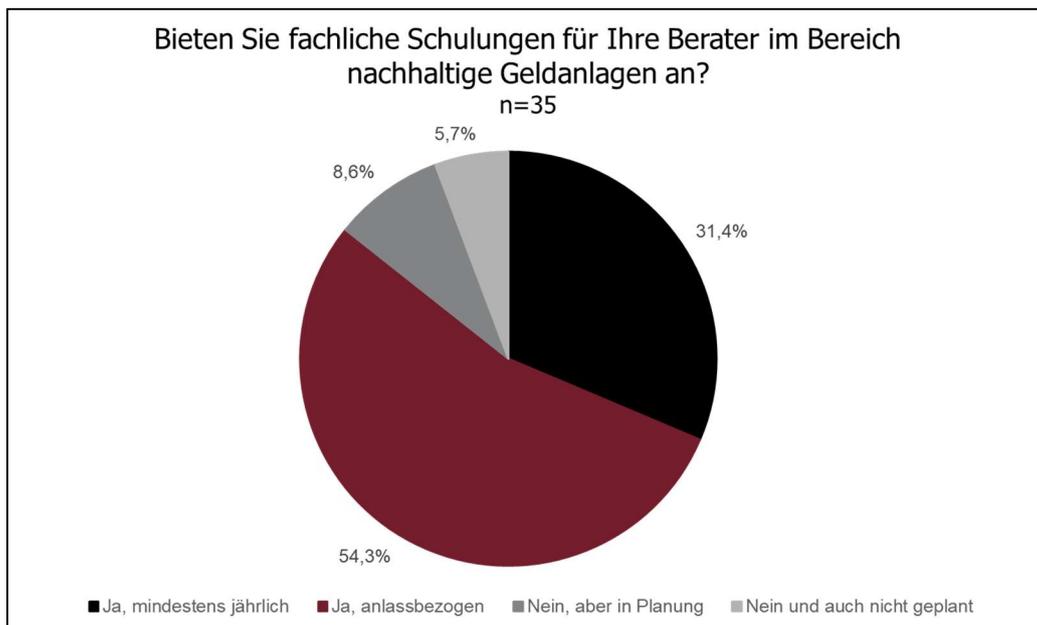


Abbildung 8: Schulungsangebot (fachlich).

Bei vertriebsorientierten Schulungen zeigt sich ein ähnliches Bild. Der Anteil der anlassbezogenen Schulungen in diesem Bereich steigt laut Abbildung 9 auf 64,8%, dafür nimmt der Anteil regelmäßiger, mindestens jährlich stattfindender Schulungen ab und beträgt nur noch 23,5%.

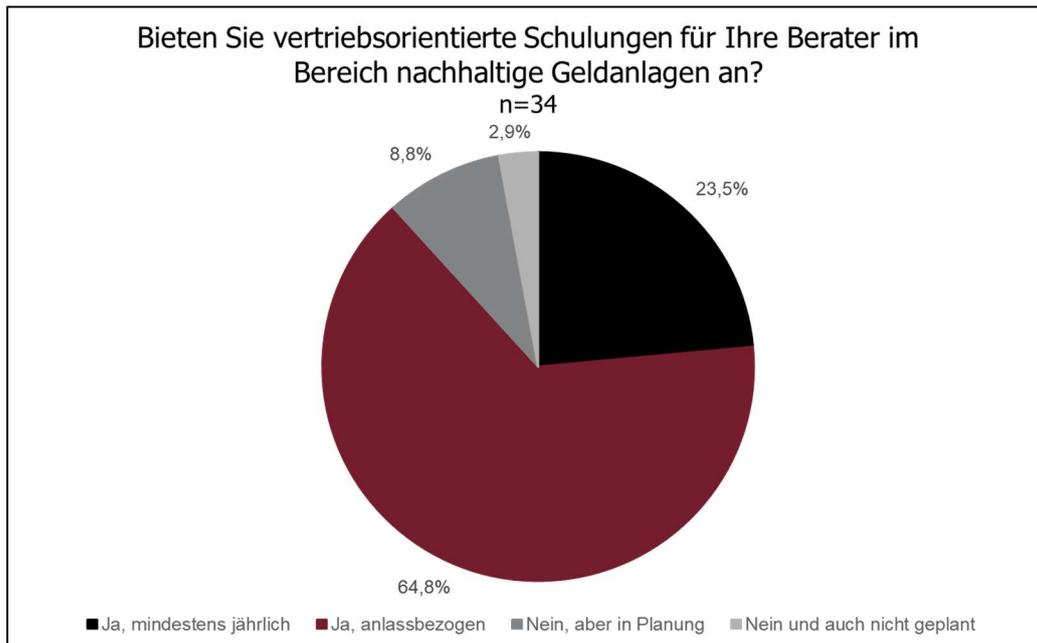


Abbildung 9: Schulungsangebot (vertrieblich).

Schulungen werden laut Abbildung 10 überwiegend in Form kurzer Webinare durchgeführt. 85,3% der Befragten geben an, diese Schulungsform zu nutzen. Auch Präsenz-Seminare im Umfang weniger Stunden werden von mehr als der Hälfte der befragten Genossenschaftsbanken als Schulungsform ihren jeweiligen Mitarbeitern angeboten. Mit einem knappen Drittel besitzen E-Learning (32,4%) und Training-on-the-Job (29,4%) ebenfalls eine gewisse Relevanz. Präsenz und Onlineseminare im Umfang von mindestens einem Tag finden dagegen seltener Anwendung.

Bei den gewünschten Schulungsinhalten steht laut Abbildung 11 der „Vertriebliche Erfolg mit nachhaltigen Geldanlagen“ mit 75,8% auf Platz 1. „Aktuelle Nachhaltigkeitstrends“ und Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung von Unternehmen besitzen mit 48,5% und 42,4% auch noch eine gewisse Relevanz. Das Thema „Regulatorik im Bereich nachhaltiger Geldanlagen“ scheint die befragten Finanzinstitute hingegen weniger Probleme zu bereiten. Lediglich 30,3% sehen dieses Thema als künftiges Schulungsthema für ihre Berater.

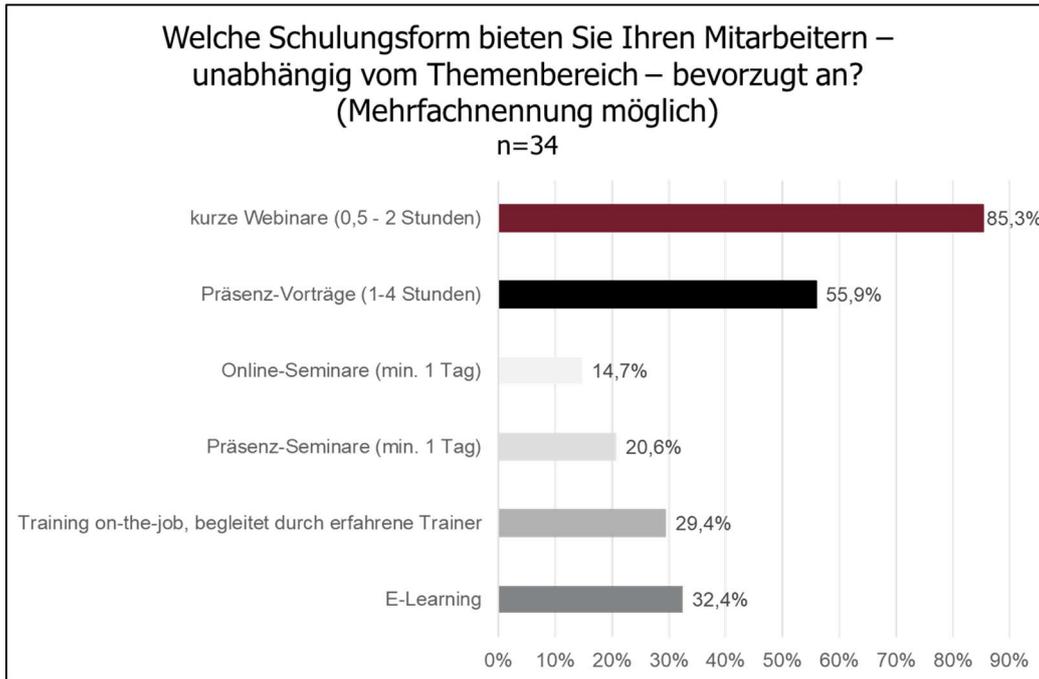


Abbildung 10: Angebotene Schulungsformen.

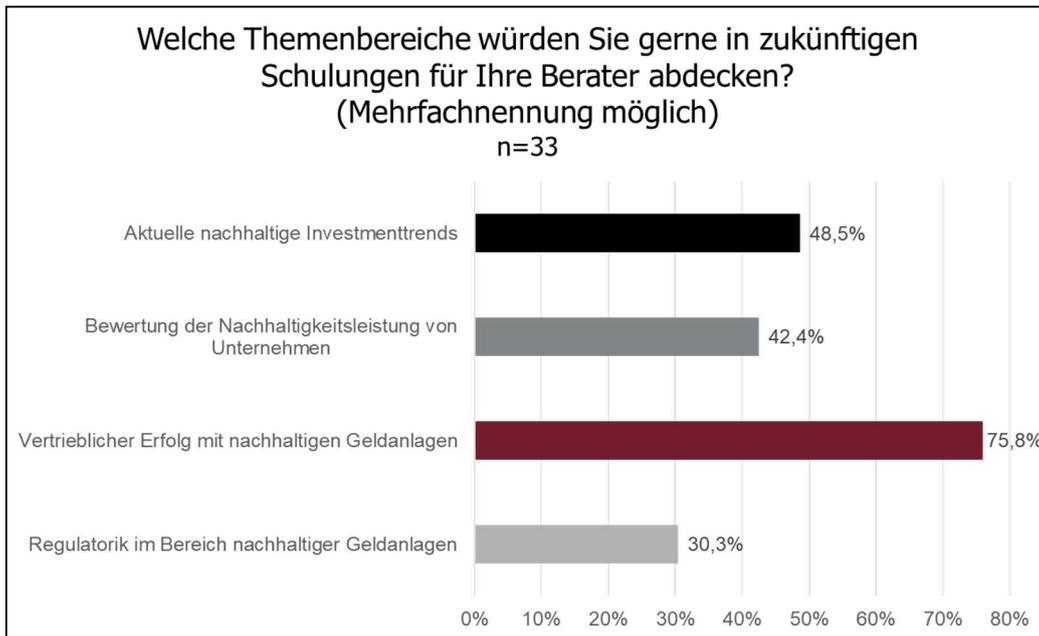


Abbildung 11: Qualifikationsbedarf.

3.3 Sonstiges

In Abbildung 12 haben wir nach den wichtigsten Barrieren gefragt, die einer Verbreitung nachhaltiger Geldanlagen noch im Wege stehen. Diese Frage wurde bereits in dem „Teilbericht Nachfrage nach grünen Finanzprodukten“ im Auftrag des Umweltbundesamtes (Klein, Dumrose, & Eckert, 2023) untersucht.

Die von uns befragten Genossenschaftsbanken geben an, dass hauptsächlich die Zweifel an der Wirksamkeit nachhaltiger Geldanlagen ursächlich dafür sind, dass nachhaltige Geldanlage noch nicht weiterverbreitet sind (68,6%). Als zweiter wichtiger Grund wird das Gefühl auf Rendite verzichten zu müssen genannt (62,9%). Darüber hinaus gibt mehr als jede zweite befragte Institution an, dass Kunden kein Interesse an derartigen Finanzprodukten haben (51,4%). Bei letzterem Punkt könnte auch das berühmte Henne-Ei-Problem vorliegen. In ihrer Studie haben (Klein, Dumrose, & Eckert, 2023) dies ebenfalls als große Barriere identifiziert. Jedoch wurden in dieser Studie nicht nur Berater befragt, sondern auch Kunden, die wiederum angaben, zu diesem Thema nicht ausreichend, bzw. gar nicht beraten worden zu sein. Seit der verpflichtenden Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen der Kunden durch die Änderung der Delegierten Verordnung zur MiFID II sollte dieser Umstand allerdings seit dem 02.08.2022 nicht mehr vorliegen. Gerade in diesem Bereich besteht aus unserer Sicht demnach nach wie vor großer Schulungsbedarf für Beraterinnen und Berater.

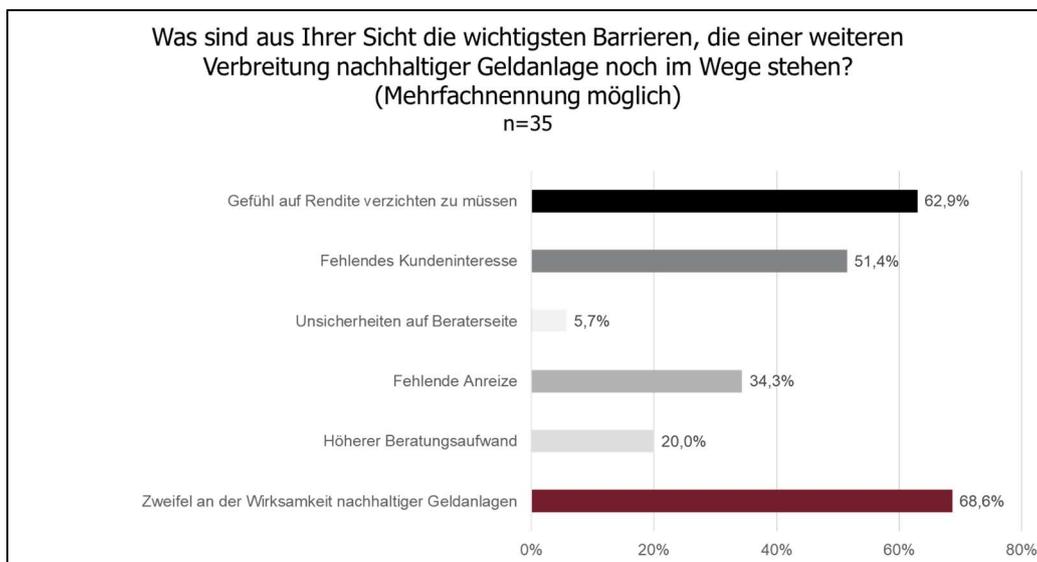


Abbildung 12: Wichtige Barrieren.

Bei der abschließenden Frage nach dem Interesse und der Ausgestaltung eines speziell für Genossenschaftsbanken konzipierten Ratings zeigen sich die befragten Finanzinstitute durchaus offen. Abbildung 13 zeigt, dass lediglich 15,2% angeben, dass eine derartige Ratingteilnahme für sie absehbar kein Thema ist. Allerdings sollte eine solche Bewertung mit einem überschaubaren Zeit- (72,7%) und einen vertretbaren Kostenaufwand (69,7%) einhergehen.

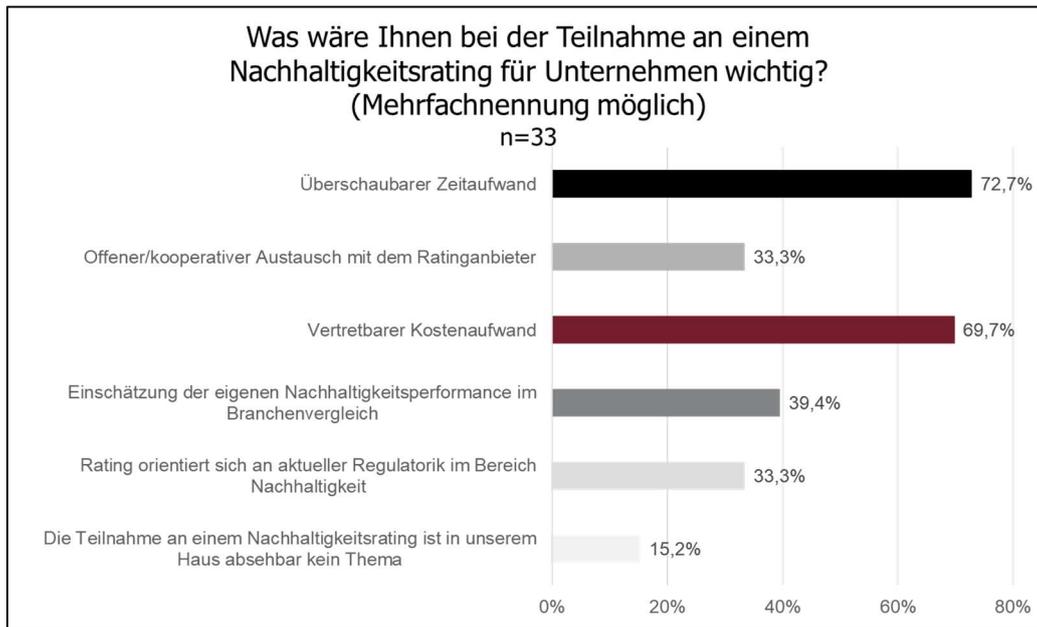


Abbildung 13: Kriterien für eine Ratingteilnahme.

4. Zusammenfassung

Im Rahmen dieser Kurzstudie haben wir untersucht, inwieweit das Thema der Nachhaltigen Geldanlage bereits bei den Genossenschaftsbanken in Deutschland angekommen ist. Die befragten Finanzinstitute geben dabei an, dass das Interesse an derartigen Finanzprodukten in den letzten beiden Jahren zugenommen hat. Insbesondere junge Kunden und Kunden mittleren Alters stehen diesen besonders aufgeschlossen gegenüber. Darüber hinaus wird die Argumentationssicherheit der eigenen Berater überwiegend als hoch oder sehr hoch eingestuft. Die befragten Institute setzen dabei vorwiegend auf eher kurze Schulungsformate um ihre Beraterinnen und Berater auf den aktuellen Stand zu bringen. Diese Schulungen werden überwiegend anlassbezogen durchgeführt. Als eine der wichtigsten Barrieren wird jedoch angegeben, dass Zweifel an der Wirkungsweise Nachhaltiger Geldanlagen bestehen. Es wäre jedoch originäre Aufgabe der Beraterinnen und Berater die Wirkungskanäle der Nachhaltigen Finanzprodukte zu erklären. Auch dem Gefühl auf Rendite verzichten zu müssen können offensichtlich nur wenige Argumente entgegengesetzt werden. Aus unserer Sicht kann diesem Umstand nur mit zielgerichteten Schulungsformaten, die auch vertriebliche Aspekte einschließen, begegnet werden. Bei den verschiedenen Formen der Nachhaltigen Geldanlage handelt es sich um spezielle Finanzprodukte die sowohl in der Kundenansprache, als auch im Verkaufsgespräch höhere Anforderungen stellen, als konventionelle Finanzprodukte.

Literaturverzeichnis

Klein, C., Dumrose, M., & Julia, E. (2023). *Teilbericht "Nachfrage nach grünen Finanzprodukten"*. Umweltbundesamt.

Anhang