

1 Einleitung

Nachhaltigkeit ist zum Ende der 10er Jahre eines der bestimmenden Themen geworden. Nicht zuletzt durch viele hunderttausend Jugendliche, die Woche für Woche für mehr Nachhaltigkeit - und vor allem mehr Klimaschutz – demonstrierten, ist die Nachhaltigkeitsbewegung aus ihrer Nische herausgerückt und zum Trendthema geworden.

Getrieben durch eine ambitionierte EU-Politik erhält Nachhaltigkeit inzwischen auch in der Finanzwirtschaft steigende Aufmerksamkeit. Der Marktanteil nachhaltiger Fonds und Mandate betrug 2018 laut *FNG* zwar noch immer lediglich 4,5 % des deutschen Gesamtmarktes, das Wachstum dieser Nische hat sich allerdings mit 45 % im Vergleich zum Vorjahr weiter erhöht. Auffällig ist, dass gerade unter den institutionellen Anlegern (+48 % gegenüber dem Vorjahr) ein regelrechter Ansturm auf nachhaltige Kapitalanlagen zu verzeichnen war, wohingegen die Privatanleger (+11 % gegenüber dem Vorjahr) noch zurückhaltender agierten.¹

Auch bei den Privatanlegern ist allerdings zu erwarten, dass nachhaltige Kapitalanlagen sich in kurzer Zeit zum absoluten Trendthema entwickeln werden. Getrieben wird diese Entwicklung im Wesentlichen durch zwei Faktoren:

Einerseits nimmt die mediale Präsenz und die Relevanz des Themas „Nachhaltigkeit“ für deutsche Bürger stetig zu. So wird heute kaum mehr eine Nachrichtensendung ausgestrahlt, in der nicht mindestens ein Beitrag die Nachhaltigkeitsdiskussion adressiert. Gleichzeitig spiegelt sich die hohe Relevanz der Nachhaltigkeitsproblematik auch in den Ergebnissen der letzten Europawahlen wider, in denen die Grünen mit 20,5 % in Deutschland weit vor der SPD zur zweitstärksten Partei gewählt wurden.²

Andererseits ist insbesondere durch die Integration der Abfrage von Nachhaltigkeitspräferenzen in die Geeignetheitsprüfung während der Anlageberatung von einer deutlich höheren Aufmerksamkeit für nachhaltige Kapitalanlagen auszugehen, die sicher zu weiter steigenden Marktanteilen führen wird.³

Die Zeit, in der lediglich einige wenige First Mover in nachhaltige Kapitalanlagen investierten, ist inzwischen vorbei und der Adaptionprozess dieser Anlageidee schreitet stetig voran. Umso wichtiger wird es nun für Finanzinstitute, die Charakteristika und Erwartungen dieser neuen und schnell wachsenden Zielgruppe besser zu verstehen, um auf ihre Bedarfe mit den richtigen Produkten und Services sowie mit der richtigen Kommunikation reagieren zu können.

Nach einer kurzen Betrachtung zentraler Merkmale der genannten Zielgruppe werden im Kapitel 3 die Erwartungen grüner Investoren⁴ an Finanzinstitute näher erläutert. Basis der nachfolgenden Ausführungen ist eine im Dezember 2019 durchgeführte Online-Umfrage die an Personen mit besonderem Interesse am Thema Nachhaltigkeit gerichtet war.⁵

¹ Vgl. *FNG* (2019).

² Eine umfangreichere Analyse der grünen Wählerschaft findet sich in Absatz 2.1.

³ Eine ausführliche Betrachtung der regulatorischen Änderungen zugunsten nachhaltiger Kapitalanlagen findet sich im Beitrag von *ZHUANG/LÖFFLER/RINK* in diesem Buch.

⁴ Die Begriffe „grün“ und „nachhaltig“ werden in diesem Beitrag weitgehend synonym verwendet.

⁵ Die Umfrage wurde ausschließlich über den Twitter-Kanal einer Naturschutzorganisation beworben. Von den 590 Teilnehmern schlossen 422 Personen die Umfrage ab.

2 Charakteristika grüner Investoren

Es wäre ein Trugschluss anzunehmen, dass es nur den einen Schlag Mensch gibt, der nachhaltig investiert. Gleichwohl treten bestimmte Eigenschaften bei Menschen mit Interesse an nachhaltigen Kapitalanlagen gehäuft auf, als beim Rest der Bevölkerung. Zwei dieser Eigenschaften ergeben sich mehr oder minder schon aus dem Themenfeld⁶:

1. ein gehobenes Interesse an Nachhaltigkeit
2. ein gehobenes Interesse an Investments

Grüne Investoren sind sozusagen als die Schnittmenge dieser Interessensgemeinschaften zu verstehen, weshalb eine Betrachtung der zwei Personengruppen einen Mehrwert für das Verständnis grüner Investoren stiften kann. Die nachfolgende Grafik illustriert die beschriebene Abgrenzung noch einmal:

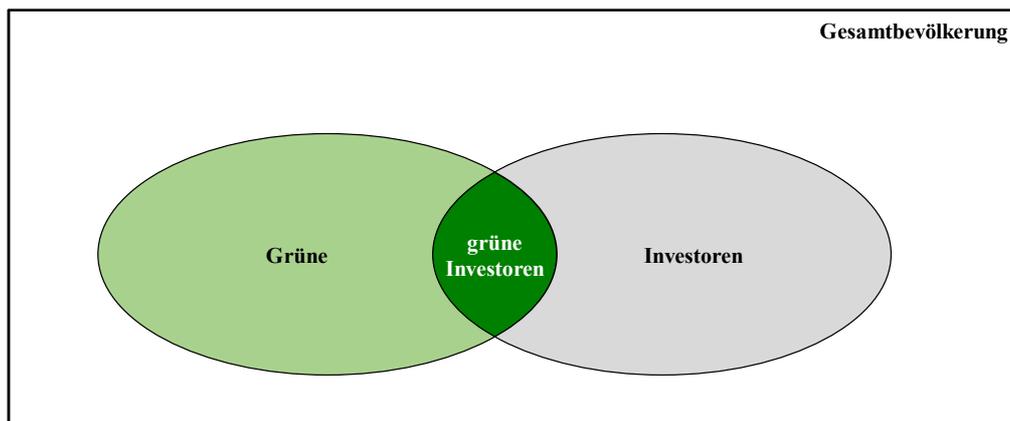


Abbildung 1: Abgrenzung der Zielgruppe „grüne Investoren“

2.1 Grüne

Um besser zu verstehen, wie Personengruppen mit einem gehobenen Interesse an Nachhaltigkeit sich vom Rest der Bevölkerung differenzieren, lohnt ein Blick in die Analysen der *FORSCHUNGSGRUPPE WAHLEN*⁷, welche im Nachgang zur Europawahl 2019 durchgeführt wurden. Die Analysen zeigen, dass Grün-Wähler vor allem in den jungen Altersgruppen vertreten sind, wobei sie unter den 18–29-Jährigen und den 30–44-Jährigen jeweils die größte Fraktion stellten und auch bei den 45–59-Jährigen mit 23 % nur knapp hinter der Union mit 27 % lagen. Lediglich bei den über 60-Jährigen lagen sie abgeschlagen mit 13 % hinter der Union und der SPD. Über alle Altersgruppen hinweg war allerdings im Vergleich zur Europawahl 2014 eine Verdopplung des Grün-Wähleranteils zu beobachten. Dies verdeutlicht noch einmal, dass das Thema inzwischen tatsächlich in der Breite der Bevölkerung angekommen ist.

⁶ Es gibt selbstverständlich auch Menschen, die in nachhaltige Kapitalanlagen aus anderen Motiven investieren (z. B. Rendite-Risiko-Überlegungen, trendbasiertes Investieren).

⁷ Vgl. *FORSCHUNGSGRUPPE WAHLEN* (2019).

Ebenfalls interessant ist der Zusammenhang von Bildungsabschluss und Wahlverhalten. Die Abbildung 2 zeigt, dass der Anteil der Grün-Wähler bei höherem Bildungsabschluss signifikant ansteigt. Passend hierzu legt auch eine Umfrage der Universität Konstanz nahe, dass vor allem Gymnasialschüler an den Fridays-for-Future-Demonstrationen beteiligt sind.⁸

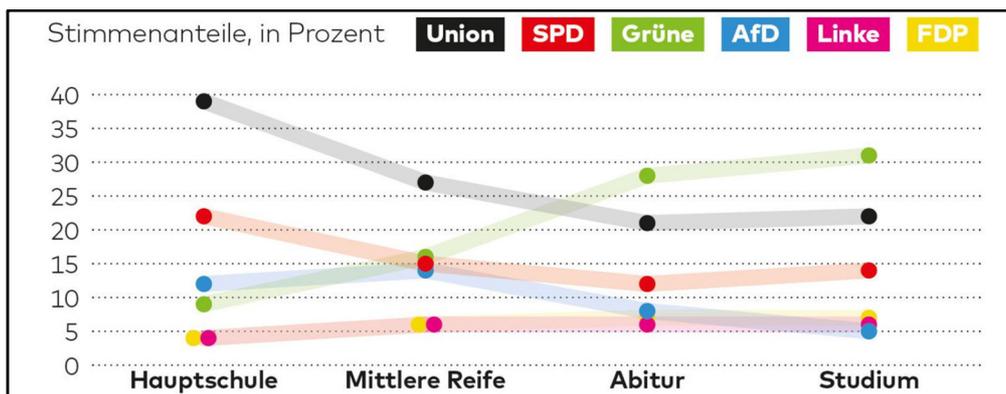


Abbildung 2: Zusammenhang von Wahlverhalten und Bildungsabschluss⁹

Die Grünen können also als verhältnismäßig junge Personengruppe mit gutem Bildungsabschluss klassifiziert werden. Mit einem höheren Bildungsabschluss korreliert zudem auch ein höheres Einkommen, sodass davon auszugehen ist, dass Personen mit gehobenem Interesse an Nachhaltigkeit tendenziell wirtschaftlich bessergestellt sind.

2.2 Investoren

Der deutsche Investor ist im Vergleich zu Investoren aus anderen Nationen eher defensiv aufgestellt. Umfragen zeigen, dass vor allem Sparbücher, Lebensversicherungen und Bausparverträge zu den liebsten Anlageobjekten der Deutschen gehören. Lediglich 23 % halten aktiv Wertpapiere.¹⁰ Hauptgründe für die defensive Einstellung gegenüber Wertpapieren sind die hohe Risikoaversion¹¹ sowie die bestehenden Wissensdefizite in Bezug auf Wertpapiere.¹² Bedenklich ist, dass das Interesse der Deutschen an Wirtschafts- und Finanzthemen in den letzten Jahren weiter abgenommen hat. Ein starkes Interesse haben einer Umfrage des *BANKENVERBANDES* zufolge nur noch etwas mehr als ein Drittel der Befragten (siehe Abbildung 3). Dieses Interesse ist allerdings die Basis für eine Verbesserung des Finanzwissens und damit auch für das Investment in riskantere Anlageklassen mit historisch betrachtet besserem Rendite-Risiko-Profil. Wie groß die Defizite tatsächlich sind, zeigt sich darin, dass ganze 55 % der Deutschen nicht wissen, was ein Investmentfond ist.¹³ Gemäß einer AXA-Umfrage „glauben 58 % der Deutschen, mit einer Geldanlage an der Börse unkontrollierbare Risiken einzugehen.“

⁸ KOOS (2019).

⁹ WELT (2019) auf Basis der Daten von FORSCHUNGSGRUPPE WAHLEN (2019).

¹⁰ Vgl. BANKENVERBAND (2019).

¹¹ Vgl. BANKENVERBAND (2019).

¹² 41 % der Personen, die keine Wertpapiere halten geben fehlende Kenntnisse als Ursache an, wohingegen 34 % die bestehende Unsicherheit als Faktor nannten, vgl. BANKENVERBAND (2019).

¹³ Vgl. BANKENVERBAND (2019).

Fast die Hälfte (46 %) ist sogar der Meinung, dass Geldanlage an der Börse genauso riskant ist wie ins Spielcasino zu gehen.¹⁴

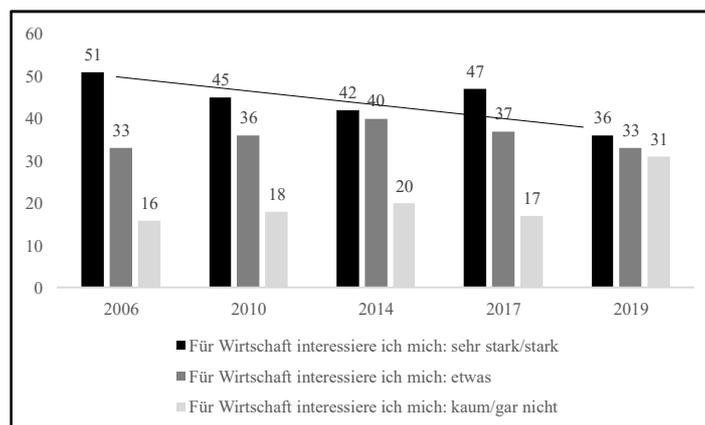


Abbildung 3: Das Interesse der Deutschen an Wirtschaftsthemen¹⁵

Private Investoren in Deutschland können folglich als eher risikoaverse Investoren mit verhältnismäßig schlechtem Finanzwissen klassifiziert werden. Mit steigendem Einkommen steigt allerdings tendenziell auch das Interesse an Wirtschaftsthemen¹⁶ und gleichzeitig betrachten jüngere Altersgruppen das Thema „Kapitalanlage“ deutlich rationaler als ältere.¹⁷

2.3 Grüne Investoren

Aus den vorangehenden Ausführungen lassen sich einige Annahmen über die Charakteristika grüner Investoren ableiten: Sie sind in der Regel jüngeren bis mittleren Alters (unter 60 Jahre), besitzen einen höheren Bildungsabschluss und verfügen über ein höheres Einkommen. Sie gehören damit tendenziell zur Gruppe der an Wirtschaftsthemen stärker Interessierten und betrachten die Kapitalanlage rationaler als der durchschnittliche deutsche Investor. Hieraus lässt sich möglicherweise auch eine höhere Affinität zu Wertpapieren ableiten.

Zur Bestätigung dieser Thesen führten wir im Dezember 2019 eine Umfrage durch, die sich explizit an die Zielgruppe der grünen Investoren richtete. Der Online-Fragebogen wurde ausschließlich über den Twitter-Account einer Naturschutzorganisation beworben und wies mit einer durchschnittlichen Antwortdauer von 27 Minuten eine erhebliche Hürde für die Teilnehmer auf, sodass von einem hohen Interesse an Finanzthemen bei den Personen auszugehen ist, die die Umfrage vollständig beantworteten. Passend hierzu gaben über 70 % der Befragten an, dass sie ein großes Interesse an Finanzthemen besäßen. Immerhin 59 % der Teilnehmer verfolgen Berichte über Finanzthemen in den Medien interessiert und ganze 92 % der Befragten interessiert bei Finanzthemen insbesondere die Nachhaltigkeit. Die Antworten legen nahe, dass

¹⁴ AXA (2017).

¹⁵ Eigene Darstellung auf Basis der Daten vom *BANKENVERBAND* (2019).

¹⁶ Bei den Befragten mit einem monatlichen Haushalts-netto-Einkommen von min. 4.000 EUR hat ein Anteil von 62 % Interesse an Wirtschaftsthemen, vgl. *BANKENVERBAND* (2019).

¹⁷ Vgl. AXA (2017).

die mit der Umfrage erreichte Gruppe als gute Referenz für die Charakterisierung grüner Investoren dienen kann. So gaben auch über 95 % der Befragten an, dass sie nachhaltige Kapitalanlagen bereits besitzen oder aber zumindest einen Erwerb für die Zukunft planen (siehe Abbildung 4).

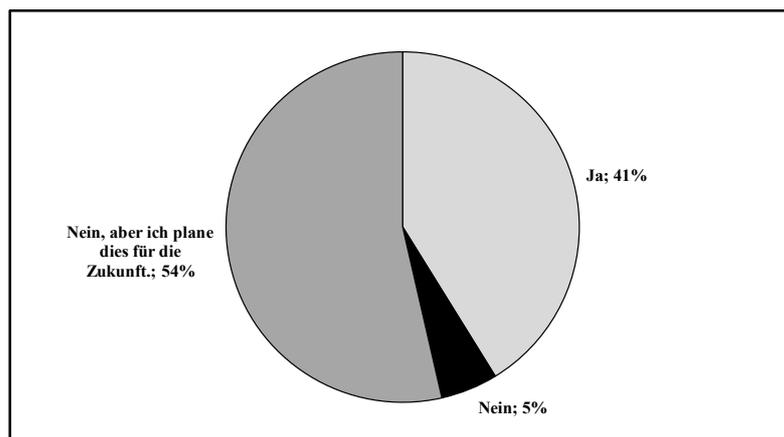


Abbildung 4: Anteil der Personen mit nachhaltigen Geldanlagen

Bezüglich der demografischen Eigenschaften bestätigen sich die getroffenen Annahmen nur teilweise. Trotz der Ansprache über Twitter konnte nahezu eine Gleichverteilung über die Altersgruppen beobachtet werden. Das Thema nachhaltige Kapitalanlagen scheint folglich im Vergleich zur Gesamtheit der Twitter-Nutzer vor allem die älteren Nutzer zu interessieren (siehe Abbildung 5).

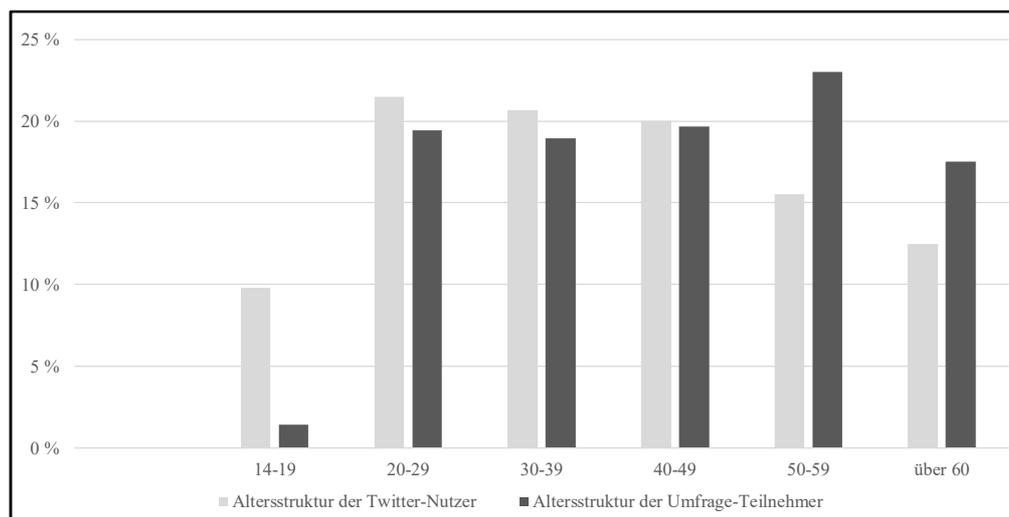


Abbildung 5: Analyse der Altersstruktur der Umfrage-Teilnehmer¹⁸

¹⁸ Als Basis für den Vergleich der Altersstrukturen diente *STATISTA* (2017).

Ebenfalls auffallend ist der hohe Anteil weiblicher Teilnehmer (ca. 51 %), da Twitter vorwiegend von Männern genutzt wird. Hinsichtlich des zur Verfügung stehenden Haushaltsnettoeinkommens war eine moderate Verschiebung in Richtung höherer Einkommen im Vergleich zum bundesdeutschen Schnitt zu verzeichnen. Der Anteil der Teilnehmer mit (Fach-)Hochschulabschluss oder Promotion (ca. 74 %) war ausgesprochen hoch.

Im Hinblick auf die Risikoaffinität gaben immerhin 45 % an, Risiken zu akzeptieren, um höhere Renditen zu erzielen, wohingegen 55 % dies verneinten. Im deutschen Schnitt lehnen 82 % ein solches Risiko ab.¹⁹ Grüne Investoren sind folglich risikoaffiner und damit auch offener gegenüber Investments in Wertpapiere. Die nachfolgende Abbildung 6 zeigt, welche Anlageformen die Befragten nutzen. Über 62 % investieren einen Teil ihres Vermögens in eine Form von Wertpapieren. Dieser Wert ist damit mehr als zweieinhalbmal so hoch wie der bundesdeutsche Schnitt.²⁰ Auch bei den grünen Investoren sind Girokonten allerdings die beliebteste Anlageform.

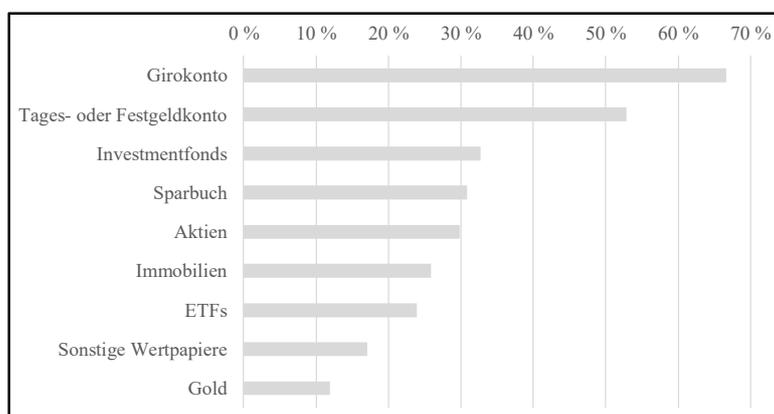


Abbildung 6: Verteilung der Anlageformen bei grünen Investoren

Grüne Investoren weisen damit folglich einige demografische Besonderheiten auf. Sie sind häufig weiblich, sind mittleren bis höheren Alters und besitzen zumeist einen hohen Bildungsabschluss. Sie verfügen über ein im Vergleich zum deutschen Schnitt höheres Haushaltsnettoeinkommen und sind deutlich affiner für Investments in Wertpapiere als der bundesdeutsche Schnitt.

3 Wissensstand und Erwartungen grüner Investoren

Für die richtige Ausgestaltung der Marketing-Aktivitäten ist es sehr hilfreich, die demografischen Besonderheiten der Zielgruppe möglichst genau zu analysieren. Mindestens ebenso wichtig ist es jedoch, den Wissensstand und die Erwartungen der Zielgruppe an das Finanzinstitut zu kennen. Hieraus lassen sich letztlich Implikationen für die Produktentwicklung, die

¹⁹ Vgl. *BANKENVERBAND* (2019).

²⁰ Vgl. hierzu Kapitel 2.2