

Der Countdown läuft

## Nachhaltigkeit wird Pflicht

**In Kürze müssen zahlreiche Banken und Sparkassen Rechenschaft über die Auswirkungen ihres Tuns auf Umwelt und Gesellschaft ablegen. Das erzeugt enormen Handlungsdruck, birgt aber zugleich große Chancen für die Kundenbeziehung.**

Der Countdown läuft: Am 9. März hat der Bundestag das sogenannte „Gesetz zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten“ verabschiedet. Hinter dem sperrigen Namen steht die Pflicht für große kapitalmarktorientierte Unternehmen, standardisiert und messbar darüber zu informieren, wie sich ihre Geschäftstätigkeit auf Gesellschaft und Umwelt auswirkt.

Zum Kreis der Betroffenen gehören alle Banken und Sparkassen, die im Schnitt eines Geschäftsjahres mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen. Damit setzt der Gesetzgeber eine EU-Richtlinie aus dem Jahr 2014 in deutsches Recht um. Der Bundesrat wird dem Gesetzesbeschluss voraussichtlich am 31. März 2017 zustimmen.

### **Enormer Handlungsdruck**

Der Handlungsdruck ist enorm. Die Berichtspflicht gilt rückwirkend für das Geschäftsjahr 2017, dessen erstes Quartal schon fast abgelaufen ist. Banken, die bisher noch nicht auf freiwilliger Basis berichtet haben, müssen sich sputen. Bis spätestens vier Monate nach dem Bilanzstichtag, also bis zum 30. April 2018, muss der Nachhaltigkeitsbericht 2017 – integriert in den Lagebericht oder als separater Bericht – veröffentlicht werden. Gefragt sind die Leistungen in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft, Mitarbeiter, Menschenrechte, Korruptionsbekämpfung und Vielfalt in den Führungsgremien (Diversity).

Die erstmals berichtenden Banken müssen nun rasch eine Systematik entwickeln und die passende Berichtsstruktur für Ihr Unternehmen aufbauen. Aber auch diejenigen, die seit vielen Jahren Nachhaltigkeitsberichte veröffentlichen beziehungsweise in ihrem Geschäftsbericht oder auf ihrer Website Nachhaltigkeitsinformation publizieren, müssen ihren bisherigen Lösungsansatz kritisch prüfen. Selbst für sie ist der Zeitplan straff - erscheinen die meisten Nachhaltigkeitsberichte doch bisher zum Teil deutlich später als die Geschäftsberichte.

Damit nicht genug: die Berichterstattung unterliegt Prüfpflichten, die viele der bislang veröffentlichten Nachhaltigkeitsberichte derzeit noch nicht berücksichtigen. Nicht zuletzt werden die bestehenden Straf- und Bußgeldvorschriften auf Verstöße gegen die Berichtspflichten im Hinblick auf nichtfinanzielle Informationen erweitert.

Eine wichtige Orientierungshilfe in diesem Zusammenhang bietet der Deutsche Nachhaltigkeitskodex (DNK). Der DNK ist ein Vergleichsrahmen für Nachhaltigkeitsmanagement und wurde in Deutschland entwickelt. Der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) – ein von der Bundesregierung berufenes Beratungsgremium – hat den DNK nach einem umfangreichen Stakeholder-Prozess im Jahr 2011 verabschiedet.

Mittlerweile liegt die zweite, im Jahr 2014 überarbeitete Fassung des DNK vor. Mit der sogenannten DNK-Entsprechenserklärung können Anwender nach derzeitigem Stand des Gesetzgebungsverfahrens die Berichtspflichten zu nichtfinanziellen Informationen erfüllen. Der RNE hat angekündigt, den DNK nach Verabschiedung des Gesetzes noch einmal zu überprüfen und gegebenenfalls zügig anzupassen.

### **Der Kelch wird nicht vorübergehen**

Klar ist, dass das Thema Nachhaltigkeit deutlich stärkere Aufmerksamkeit gewinnt – wenn auch zunächst auf der regulatorischen Ebene. Also abhaken und fertig? Eben nicht, denn wichtiger als Hochglanzbroschüren sind die Chancen für das Kundengeschäft in den Segmenten Private Banking und Wealth Management. Frei nach dem Motto: Endlich mal eine Pflicht, die im Kern eine Chance ist.

Umso erstaunlicher, dass Nachhaltigkeit in der Kundenberatung nach wie vor eine eher stiefmütterliche Rolle spielt. Woran liegt das? Die Antwort ist denkbar einfach: Kunden wissen vielfach nicht Bescheid - und die Berater sprechen es nicht aktiv an. Dabei bestätigen Untersuchungen unisono, dass 50 bis 80 Prozent der Kunden sagen: „Ja, wenn ich informiert bin, würde ich gerne bei meinen Geldanlagen soziale und ökologische Themen einbeziehen“.

Erfahrungen aus Kundendialogen im Private-Banking-Segment zeigen: wenn Kunden die Zusammenhänge der Geldkreisläufe nachvollzogen haben, steigt das Interesse exponentiell an. Exakt an dieser Information hapert es bislang. Fragen Sie mal in Ihrem Bekanntenkreis, welche sozialen und ökologischen Wirkungen es hat, wenn ich bei meiner Bank beispielsweise 100 000 Euro für fünf Jahre anlege. Man wird Sie mit großen Augen anschauen. Was soll schon mit meinem Geld passieren? Es scheint, als lege es die Bank in den Tresor wie weiland Dagobert in seinen Geldspeicher.

Vor diesem Hintergrund tut Aufklärung not. Wer das Thema vernachlässigt, läuft Gefahr, Kunden zu verlieren. Noch sind es einzelne, die bei einer Nachhaltigkeitsbank anheuern. Doch die Tendenz steigt. Nachhaltigkeitsbanken wachsen seit Jahren unaufhörlich mit meist zweistelligen Zuwachsraten. Versucht man, bei einer sozialökologischen Bank von heute auf morgen einen Termin zu bekommen. Wartezeiten von bis zu vier Wochen sind nicht selten anzutreffen. Wann hatten Sie als Kundenberater das letzte Mal Ihren Terminkalender so voll, dass Sie Ihre Kunden auf den nächsten Monat vertrösten mussten?

### **Mehr Sinn, weniger Alpha**

Keine Frage – Nachhaltigkeit bietet nicht die Lösung aller (Ertrags-)Probleme. Aber sie ist Teil der Lösung. Wie kein anderes Thema dockt sie am Lebensgefühl der Kunden an. Im Kern geht es darum, Lebensbedingungen so human zu gestalten, dass sie den Bedürfnissen der heutigen, aber auch künftiger Generationen entsprechen.

Die zentrale Frage, die man sich als Berater stellen muss, lautet: Welchen sinnstiftenden Nutzen biete ich meinen Kunden? Mit anderen Worten: es ist eine Frage der (Wert-)Haltung. Warum nicht seine Kunden überraschen? Hoppla, in der Beratung geht es neuerdings um Werte, Sinnstiftung, Verantwortung, Glück. Und nicht nur um „Alpha“, „Beta“, „Vola“ und „Duration“. Das Thema hat das Potential, einen Paradigmenwechsel in der Kunde-Berater-Beziehung einzuleiten.

Dabei ist das Thema „Beziehungsqualität“ ein alter Hut. Heerscharen von Beratern haben in den letzten Jahrzehnten unzählige Verkaufstrainings über „Aktives Zuhören“ und „Gute Fragetechnik“ absolviert. 80 Prozent der Gesprächszeit, so der allgemeine Tenor, gehöre dem Kunden.

Und die Realität? Vom Ergebnis her betrachtet hat sich wenig verbessert. Kein unabhängiger Test, in dem Banken keine gravierenden Beratungsmängel attestiert werden. Das Image von Banken rangiert nach wie vor unter „ferner liefen“. Mit der Folge einer fatalen Distanz zum Kunden.

Nachhaltige Anlageberatung baut diese Distanz ab. Es ist denkbar einfach, den Kunden zu fragen: „Möchten Sie, dass wir neben den klassischen Anlageparametern Sicherheit, Verfügbarkeit und Rendite ab sofort den Aspekt der Nachhaltigkeit als vierten Baustein in Ihre Anlagestrategie mit einbeziehen?“

Wie bei keinem anderen Thema sind Kunden bereit, in Sachen Nachhaltigkeit gemeinsam mit dem Berater fachlich zu wachsen. Dies ermöglicht, Nähe zuzulassen und gemeinsam positive Emotionen zu entwickeln.

Und wenn das einhergeht mit sozialem und ökologischem Fortschritt, stellt sich ein zweifaches

Glücksgefühl ein. „Doppelt hält besser“ heißt es nicht ohne Grund im Volksmund. Ganz zu schweigen davon, dass mit nachhaltigen Geldanlagen entgegen landläufiger Meinung in aller Regel kein Renditeverzicht verbunden ist. An geeigneten Produkten herrscht kein Mangel. Qualitätsstandards für nachhaltige Geldanlagen wie etwa das Siegel des „Forum Nachhaltige Geldanlagen“ etablieren sich zusehends am Markt.

Feiern Sie „nachhaltige“ Erfolge mit Ihren Kunden. Und generieren Sie daraus Empfehlungsgeschäft. Das spart Ihnen quälende und zeitraubende Kaltakquise. So verstanden, wird nachhaltige Beratung zu einem regelrechten Effizienzmotor.

**Über die Autoren:**

Benjamin Henle und Ulrich Röhrle sind jeweils geschäftsführende Partner von N-Motion Röhrle & Henle mit Sitz in Ulm.

Dieser Artikel erschien am **22.03.2017** unter folgendem Link:  
<https://www.private-banking-magazin.de/der-countdown-laeuft-nachhaltigkeit-wird-pflicht/>