

Kritik an Nachhaltigen Geldanlagen: Ja, aber richtig!

Ein Aufruf zu mehr Ehrlichkeit und Sachlichkeit bei Nachhaltigen Geldanlagen

Publiziert am 31.01.2023 in der F.A.Z.

Im Original von: Dr. Klaus Gabriel ([Geld & Ethik Akademie](#)), Roland Kölsch ([QNG](#)), Matthias Stapelfeldt ([F.I.R.S.T.](#)), Prof. Dr. Alexander Bassen (WPSF – [Wissenschaftsplattform Sustainable Finance, Universität Hamburg](#)), Prof. Dr. Marco Wilkens (WPSF, [Universität Augsburg](#)), Prof. Dr. Timo Busch (WPSF, [Universität Hamburg](#)), Prof. Dr. Kerstin Lopatta (WPSF, [Universität Hamburg](#)), Prof. Dr. Christian Klein (WPSF, [Universität Kassel](#)), Lisa Breitenbruch ([Advanced Impact Research](#))

„Grüner Etikettenschwindel“, „Grünes Geld – Fragwürdige Geschäfte mit dem guten Gewissen“, „Das grüne Versprechen – Greenwashing bei ETF“. Wer dieser Tage Wirtschaftsnachrichten liest, kommt an groß angelegten Investigativ-Recherchen, Enthüllungsartikeln und NGO-Berichten zu den Verfehlungen Nachhaltiger Geldanlagen nicht vorbei. Das Thema hat es – auch medial – von der Nische in den Mainstream geschafft.

Die kritische Auseinandersetzung mit diesem Thema ist zu begrüßen – und es steht außer Frage, dass nicht alles, was in der Finanzwelt aktuell als nachhaltig beworben wird, dies auch tatsächlich ist. Doch so oberflächlich, undifferenziert und teils marktschreierisch einige Anbieter Nachhaltiger Geldanlagen mit diesem Thema umgehen, agieren vermehrt auch Kritiker:innen. Anstatt sachlich Einwände zu erheben, wo dies erforderlich ist, werden auch immer wieder Einzelaspekte aus dem Zusammenhang gerissen, empirisch gesicherte Erkenntnisse geleugnet, vorhandene Orientierungshilfen ignoriert und Vorurteile als Tatsachen verkauft. Darüber hinaus offenbaren einige Äußerungen sowohl aus der Finanzbranche als auch von ihren Kritiker:innen offensichtliche Wissenslücken. Falls diese unbeabsichtigt sind, gilt es, sie im konstruktiven Dialog, auch mit der Wissenschaft, zu schließen. In vielen Fällen erscheinen diese Wissenslücken aber Resultate strategischer Überlegungen zu sein: es ist schlichtweg medienwirksam, undifferenziert und populistisch zu kritisieren.

Ein zu verallgemeinerndes und simplifizierendes „Bashing“ Nachhaltiger Geldanlagen verfehlt unserer Ansicht nach aber das Ziel – nämlich die Förderung von mehr Nachhaltigkeit durch Geldanlagen. Pauschalkritik in den Mainstream-Medien riskiert, das Vertrauen von Verbraucher:innen in Nachhaltige Geldanlagen zu zerstören, ohne Alternativen aufzuzeigen. Das trifft nicht nur die schwarzen Schafe in der Branche, sondern schadet auch denjenigen, die gute Arbeit leisten.

Aus unserer Sicht ist es daher an der Zeit, dass sich Finanzbranche, NGOs, Medien, Verbraucherschutzverbände und die Wissenschaft gemeinsam darauf besinnen, worum es geht: um die Unterstützung der notwendigen Transformation der Wirtschaft (auch) durch Nachhaltige Geldanlagen. Die Gesellschaft ist hier als Ganzes gefordert, diese Transformation auf allen Ebenen zu unterstützen. Das Verfolgen von Eigen- und Profilierungsinteressen auf Kosten von Sachlichkeit und Lösungsorientierung ist kontraproduktiv und trägt nicht dazu bei, effektive Schritte hin zu mehr Nachhaltigkeit zu gehen. Für Nachhaltige Geldanlagen bedeutet dies: Wir sollten sie zu dem machen, was sie sein können: einem von mehreren wichtigen Hebeln für die Transformation der Wirtschaft zu mehr Nachhaltigkeit.

Dafür bieten Nachhaltige Geldanlagen nicht den einen Ansatz, sondern eine Vielzahl von Ansätzen. In zu verkürzten Darstellungen, wie sie aktuell selbst in manchen Medien, die sich dem Qualitätsjournalismus verschrieben haben, vermehrt praktiziert werden, gehen diese leider oft verloren. Der konsequente Ausschluss „kritischer“ (etwa nicht-transformierbarer) Wirtschaftsaktivitäten oder der ausschließliche Fokus auf (nach welcher Definition auch immer) „nachhaltige“ Titel sind dabei nur zwei mögliche Wege. Daneben existiert eine Vielzahl weiterer – oft auch durch wissenschaftliche Studien untermauerter – Ansätze, über Finanzprodukte einen Investoreneinfluss für mehr Nachhaltigkeit zu generieren: Sei es über die Bereitstellung zusätzlichen Kapitals oder Effekte über den Sekundärmarkt. Außerdem ist es zur Bewältigung dieser Generationen-Herausforderung ebenso wichtig, auch in derzeit noch nicht nachhaltige Unternehmen zu investieren, wenn die Investition im weiteren Zeitverlauf zur ökologischen und sozialen Verbesserung der Unternehmen beiträgt. Hier kommt der aktiven Beeinflussung von Unternehmen eine wichtige Rolle zu, etwa durch die Ausübung von Stimmrechten und anderen Engagement-Aktivitäten. Auch das Erzeugen eines „Grundrauschens“ in der öffentlichen Debatte bis zu unorthodoxen Maßnahmen aktiven Aktionärswesens fördert ein Klima, in dem notwendige Maßnahmen ernsthafter angegangen werden.

Aus unserer Sicht zeichnet so mancher Stakeholder und die damit verbundene Berichterstattung viel zu plakative Schwarz-Weiß-Bilder. Oft fokussieren sich Analysen nämlich einzig auf aus ihrer Sicht „verwerfliche“ Unternehmen, die per se nichts in einem Nachhaltigkeitsfonds zu suchen hätten. So einfach - „schwarz oder weiß“ - ist es aber nicht. Veränderung in komplexen Systemen funktioniert nicht durch das Drücken eines vermeintlich über Nacht alle Probleme lösenden Knopfes. Vielmehr basiert die Transformation auf zahlreichen Prozessen und sukzessiven Schritten. Durch eine objektive und diese Komplexität nicht negierende Aufklärung können gerade auch Privatanleger:innen in die Lage versetzt werden, (nachhaltige) Finanzprodukte besser zu verstehen, zu bewerten und gemäß ihren individuellen Präferenzen auszuwählen.

Das gemeinsame Ziel ist klar: mehr Nachhaltigkeitswirkungen der Geldanlagen. Je sachorientierter und konstruktiver alle Beteiligten daran arbeiten, umso größer sind die Erfolgsaussichten. Vielleicht gelingt es neutralen Initiativen, wie zum Beispiel dem neuen Sustainable Finance Beirat der Bundesregierung, der sich selbst als „unabhängige und effektive Multistakeholder-Dialogplattform“ beschreibt, die relevanten Verantwortungsträger:innen und Expert:innen für dieses konkrete Thema der Kommunikation und öffentlichen Wahrnehmung zum Dialog einzuladen. Wir setzen das in jedem Fall auf unsere Wunschliste für das neue Jahr!