

NACHRICHTEN

Interview: Ist der Ruf erst ruiniert ...



30.04.2012 - *Der Untergang der BP-Ölplattform im Golf von Mexiko im Jahr 2010, die Katastrophe im Tepco-Kernkraftwerk in Japan 2011 und die aktuelle Diskussion um die Arbeitsbedingungen bei Zulieferern großer Textilketten zeigen, dass Investoren Reputationsrisiken von Unternehmen nicht unterschätzen sollten. Dieser Meinung sind auch Michael Diefenthaler, Direktor Produktmanagement beim Finanzdatenanbieter Interactive Data, und Dr. Philipp Aeby, CEO des Schweizer Unternehmen RepRisk.*

BM: Ihre Häuser – Interactive Data und RepRisk, Anbieter von Finanz- bzw. Informationen zu Umwelt- Sozial- und Corporate-Governance-Risiken – kooperieren. Kunden von Interactive Data,

also zum Beispiel Banken, dort insbesondere Finanz- und Firmenkundenberater – können nun auch auf Daten zurückgreifen, die die Reputation eines Unternehmens betreffen, zum Beispiel, wenn der Plan besteht, in besagtes Unternehmen zu investieren. Für nachhaltig orientierte Finanzdienstleister sind diese Informationen unbestritten interessant. Aber wie relevant sind Reputationsinformationen mittlerweile für die tägliche Arbeit in den deutschen Kreditinstituten insgesamt?

Diefenthaler: Wir haben in den vergangenen Monaten – fast schon Jahren – immer wieder Anfragen aus dieser Richtung bekommen. Allerdings hat sich das in den letzten Monaten noch einmal verstärkt. Das Thema Nachhaltigkeit, nachhaltige Investments, auch und ganz besonders im Private Banking, aber auch im Affluent-Segment, hat in den vergangenen Monaten tatsächlich an Signifikanz und Interesse gewonnen. Insofern glaube ich, dass wir mit der Integration der Reputationsdaten auf unserer Plattform und in unsere Produkte, die primär im Private Banking angeboten werden, etwas zur Verfügung gestellt haben, das auf ein sehr breites Interesse trifft. Man muss aber auch sagen, dass die Nachhaltigkeitsinformationen, wie wir sie heute in unserem Terminal haben, natürlich durchaus auch für weitere Zielgruppen interessant sind, zum Beispiel für Anwender im Bereich Asset Management.

Aeby: Dem kann ich nur zustimmen. Ich möchte aber ergänzen, dass wir – neben Kunden aus dem Segment Asset Management – auch Kunden aus den Bereichen Commercial und Investment Banking haben, zum Beispiel die Deutsche Bank, die Commerzbank, die UniCredit-Tochter HypoVereinsbank, aber auch Landesbanken, etwa die WestLB oder BayernLB. Das sind Institute, die unsere Daten schon seit 2008 bzw. 2009 verwenden. Mit dieser Kooperation ist es uns nun möglich, unser Angebot auch in den Bereich Private Banking zu bringen oder für kleinere Asset Manager zugänglich zu machen, denen unsere direkten Applikationen bisher zu teuer waren. Diese Kunden können diese für sie neuen Möglichkeiten noch kombinieren, etwa mit der Option Listen erstellen zu können, in denen beliebige Kriterien hinterlegt sind.

BM: Fragen Bankkunden Ihrer Ansicht nach verstärkt nach, wie ethisch, sozial und ökologisch „korrekt“ sich ein Unternehmen verhält, in das sie möglicherweise investieren wollen? Und wie stark wird der Ruf nach diesen Verhaltensweisen in der näheren Zukunft zunehmen? Wird das Thema Nachhaltigkeit vielleicht sogar aus seiner Nische herauskommen?

Diefenthaler: Im Beratungsgeschäft, also primär im Private Banking und Affluent-Bereich, kommt das Interesse aktuell tatsächlich primär auf die Banken zu. Das heißt, Endkunden fragen ihre Berater nicht nur, wie sie eine vernünftige Rendite erwirtschaften können, sondern auch, wie sie nachhaltig investieren können. In den derzeit im Markt präsenten Informations- und Portfoliomanagement-Systemen finden Sie Informationen und beispielsweise Filterfunktionen bezüglich Nachhaltigkeit und Environmental, Social und Corporate Governance (ESG) – um den Begriff etwas größer zu fassen – sehr selten. Wenn die Banken auf diese Anfragen ihrer Endkunden reagieren wollen, brauchen sie aber diese Informationen. Und nicht nur die Informationen: Auch die Verknüpfung mit bestehenden Portfolios der Kunden ist ganz wichtig. Damit ist es Beratern möglich, auch einmal ad hoc eine Auskunft zu geben, wenn ein Kunde mit der Frage auftaucht, wie es denn gerade mit der Nachhaltigkeit bei einem speziellen Investment steht. Solche Fragen werden, aus unserer Erfahrung heraus, durchaus von Kunden an die Banken herangetragen.

Aeby: Unser Angebot hat zwei Hauptaufgaben. Die eine ist, dass Berater ihren Kunden mithilfe unserer Daten Transparenz bieten können, damit die entsprechenden Risiken gemanagt und kontrolliert werden können. Die andere liegt in der Compliance-Perspektive begründet: Vom Regulierer kommen diesbezüglich erhöhte Anforderungen. Diesen Trend sieht man in Deutschland zwar derzeit noch weniger, aber wenn Sie nach Skandinavien oder in die Benelux-Staaten schauen und insbesondere nach Großbritannien, sehen Sie, dass

dort strengere Anforderungen an Vermögensverwalter und an Asset-Manager gelten. Dort darf in gewisse Produkte gar nicht mehr investiert werden – zum Beispiel in die Hersteller von Streubomben – bzw. die Investoren haben bestimmte Pflichten, wenn sie ESG-Risiken eingehen. Das sind ganz neue Entwicklungen im Privatbankmarkt. Noch ist in Deutschland aber der erste Punkt, die Transparenz, wichtiger. Viele Anleger wollen zum Beispiel nicht in eine Firma investieren, die mit Kinderarbeit zu tun hat, die großflächige Umweltzerstörungen verursacht und so weiter. ©

BM: Herr Dr. Aeby, halten Sie es für wahrscheinlich, dass die von Ihnen genannten Anforderungen an Investoren auch vom deutschen Regulator vorgegeben werden?

Aeby: Das sehe ich momentan weniger. Dennoch bleibt es interessant im Anlagebereich in Deutschland. Wenn man bedenkt, wie wichtig Umweltthemen in der Bundesrepublik sind – ein Beispiel ist der Nuklearausstieg – sieht man, dass das Thema weniger von institutionellen, sondern eher vonseiten der privaten Kunden getrieben wird, bei denen sich die Bedürfnisse auch direkt umsetzen lassen. Und es gibt eine Entwicklung, die zwar nicht direkt vom Regulator kommt, die aber ebenfalls nicht zu unterschätzen ist, nämlich die so genannten Principles for Responsible Investment der Vereinten Nationen. In Deutschland gibt es meines Wissens erst 23 Institutionen, die diese Vereinbarung unterschrieben haben, unter anderem die Münchener Rückversicherung. Die PRI sind zwar keine Vorgaben der EU oder der Deutschen Regierung, sondern internationale Standards, aber gerade solche Anforderungen setzen sich durch und haben damit Einfluss auf den Markt.

BM: Herr Dr. Aeby, noch eine Frage zu Ihrem Unternehmen RepRisk: Wie positionieren Sie sich? Sehen Sie sich eher als nachhaltig orientiertes Unternehmen oder als Anbieter von Daten, die immer wichtiger für die Risikoeinschätzung von Investments werden?

Aeby: Wir positionieren uns nicht aufgrund von ethischen Anlageüberlegungen, sondern ganz klar im Risikobereich. Wir überprüfen, ob Unternehmen das einhalten, was sie versprechen. Firmen, die zum Beispiel mit Kinderarbeit zu tun haben, die Frauen diskriminieren, die haben einfach Risiken, und das kann auch Einfluss haben auf den Cashflow – das zeigen Studien. Eine dieser Untersuchungen, basierend auf unseren Daten, zeigt, dass es langfristig eine Überperformance gibt, wenn Investoren viele Unternehmen mit entsprechenden Risiken ausgeschlossen haben, auch wenn das in der Finanzkrise nicht mehr sichtbar war. Da haben offenbar noch andere Faktoren mit hineingespielt.

Aufgrund der Reputationsrisiken nur in gewisse Firmen zu investieren, ist eine andere Art, die Sache anzugehen. Wenn Anleger sich auf klassische nachhaltige Investments konzentrieren, ist ihr Anlageuniversum so stark eingeschränkt, dass es schon allein rechnerisch sehr schwierig ist, eine gute Performance zu erzielen. Mithilfe unserer Daten können Anleger in alle Firmen investieren, in die sie investieren wollen, bekommen aber dazu noch Indikatoren, wie riskant das Unternehmen in Bezug auf ethische Probleme gibt und in welchen Bereichen diese liegen.

Das Interview führte Stefanie Kraus.



Dr. Philipp Aeby, CEO von RepRisk
Bild: RepRisk

Michael Diefenthäler, Direktor Produktmanagement bei Interactive Data
Bild: Interactive Data

Springer



Quelle Hauptfoto "Faden": © Stephanie Hofschläger / PIXELIO,
<http://www.pixelio.de/>

Autor(en): *Stefanie Kraus*

Fachmedien Wiesbaden GmbH