

Nachhaltiges Banking

Starkes Wachstum auf niedrigem Niveau

Privatanleger – so wird es häufig angenommen – interessieren sich gerade in Zeiten großer ökonomischer und ökologischer Krisen für nachhaltig wirtschaftende Unternehmen – und mithin auch für das sozial-ökologische Banking. Und tatsächlich scheint vielen Menschen die Aussicht, nicht nur eine Rendite zu erzielen, sondern als Anleger und Bankkunde gleichzeitig einen gesellschaftlichen Mehrwert zu leisten, durchaus verlockend. Das gilt insbesondere bei den Deutschen: Das Volumen der in nachhaltigen Publikumsfonds angelegten Gelder betrug nach den Zahlen von Oekom Research zur Jahresmitte 2011 europaweit rund 84 Milliarden Euro. 30 Milliarden Euro und damit mehr als ein Drittel werden davon dem deutschsprachigen Raum zugeordnet.

Auch im Bereich des sozial-ökologischen Bankings tut sich einiges: Von 2007 bis 2010 betrug das durchschnittliche jährliche Bilanzsummen-Wachstum der vier zu dieser Kategorie gehörenden Banken in Deutschland – GLS Bank, Umwelt-Bank, Triodos Bank und Ethikbank – knapp 27 Prozent. Und dennoch: Im Jahr 2011 überschritten sie gemeinsam gerade einmal die Schwelle von vier Milliarden Euro Bilanzsumme. Das entspricht nur

einer Sparkasse mittlerer Größe. Die Zahlen zeigen, dass sich das Segment der „grünen“ Banken zwar auf starkem Wachstumskurs befindet, aber eben nach wie vor auf niedrigem Niveau.

Das mag zum einen daran liegen, dass dem organischen Wachstum auf Unternehmensseite natürliche Grenzen gesetzt sind. Und andererseits bleibt die Frage nach dem tatsächlich vorhandenen Willen einer Vielzahl von Verbrauchern, nicht nur Interesse an den Angeboten zu bekunden, sondern tatsächlich tätig zu werden und im Zweifelsfall auf die Gebührenfreiheit beim Girokonto oder den Extrapunkt Rendite bei der Geldanlage zu verzichten.

Diese Diskrepanz zeigt sich auch in einer aktuellen Studie der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen: Die Verbraucherschützer stellen fest, dass mit 92 Prozent die meisten Banken und Sparkassen in dem Bundesland Geldanlagen mit sozialen, ethischen und/oder ökologischen Kriterien anbieten. Gleichzeitig kritisieren sie aber, dass diese nicht aktiv vertrieben werden. Die befragten Marktteilnehmer wiederum geben an, die Nachfrage auf Seite der Kunden sei „sehr verhalten bis kaum vorhanden“.

hm