

Nachhaltige Immobilienfonds liegen im Trend

Versicherer streben insbesondere eine Verbesserung des Risikomanagements an

Als wichtigstes Motiv für die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien sehen institutionelle Anleger die Chancen zur Optimierung des Risikomanagements. 74 Prozent aller nachhaltig investierenden Anleger gaben dies als Grund für ihr Engagement an – ein Anstieg um vier Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Dies zeigt die zweite Studie von Union Investment zu nachhaltigen Investments bei institutionellen Investoren.

Verhältnis bleibt zwiespältig

Besonders für Versicherungen ist dieser Aspekt wichtig. 92 Prozent der befragten Versicherungsmanager nannten die Verbesserung des Risikomanagements als wichtiges Motiv. Bei den Stiftungen waren es 87 Prozent, bei den Banken 84 Prozent, bei den Pensionskassen 73 Prozent und bei den Großunternehmen gar nur 30 Prozent.

Von März bis April 2010 hatte die Schleus Marktforschung, Hannover, 242 deutsche Großanleger wie Versicherungen, Pensionskassen und kirchliche Investoren mit einem Anlagevolumen von insgesamt 920 Mrd. Euro dazu befragt. Zwei Drittel (68%) der deutschen Profianleger waren im Frühjahr 2010 in ökologisch, sozial oder ethisch ausgerichtete Anlageprodukte investiert. Ein Jahr zuvor waren es 64 Prozent. Der Anteil nachhaltiger Investments am Gesamtportfolio hat sich bei den Investoren im Vergleich zum Vorjahr um 76 Prozent erhöht.

„Der Anstieg nachhaltiger Investments darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass institutionelle Investoren nach wie vor ein zwiespältiges Verhältnis zur nachhaltigen Kapitalanlage haben.“ Darauf verwies Alexander Schindler, Vorstandsmitglied von Union Investment und zuständig für das Geschäft mit institutionellen Investoren, anlässlich der Veröffentlichung der Ergebnisse vor we-

nigen Wochen in Frankfurt/Main. Demnach spielen ökonomische oder ökologische Motive nach wie vor bei der Entscheidung für entsprechende Investments eine untergeordnete Rolle. Der Prozentsatz derjenigen Anleger, die sich von nachhaltigen Investments eine bessere Rendite erwarten, fiel von 50 Prozent im vergangenen Jahr auf aktuell 40 Prozent.

Marketing-Effekt wird höher geschätzt als Renditevorteil

Mit 74 und 72 Prozent hingegen wurden wesentlich häufiger die Verbesserung des Images sowie größere Chancen für Public Relation und Marketing als Grund für den Kauf nachhaltiger Kapitalanlagen genannt. Beide Motive nahmen in ihrer Bedeutung im Vergleich zum Vorjahr leicht zu. 70 Prozent der Investoren reagieren auf die starke Nachfrage ihrer Kunden oder Mitglieder (Vorjahr: 63%).

ebu