Deutsche Leasing

Markt&Zukunft

Richtung I Vorsprung I Innovation

Interview

Eine nachhaltige Wirtschaft braucht nachhaltige Finanzprodukte

Nachhaltigkeit ist kein Nischenthema mehr, sondern wichtiger Bestandteil jeder Unternehmensstrategie, weiß Maren Lorth, Geschäftsführerin der Strategie- und Finanzberatung Mi[de] – Mittelstand denken. Sie empfiehlt den Sparkassen sowohl bei Anlage- als auch bei Finanzprodukten nachhaltige Produkte verstärkt anzubieten, um den Bedürfnissen und Erwartungen ihrer Kunden im Hinblick auf Umwelt- und Sozialverantwortung gerecht zu werden.

Frau Lorth, die Transformation von Unternehmen ist ein zentraler Baustein Ihrer Strategieberatung. Welche Entwicklung stellen Sie beim Themenkomplex Nachhaltigkeit fest?

Es ist offenkundig, dass das Thema Nachhaltigkeit mittlerweile in die Transformationsstrategie jedes Unternehmens, unabhängig von seiner Größe, Einzug gehalten hat. Ein deutliches Zeichen dafür ist meines Erachtens, dass viele Unternehmen derzeit intensiv damit beschäftigt sind, die Messbarkeit von Nachhaltigkeit zu erforschen und somit klare, vergleichbare Leistungsindikatoren (KPIs) zu definieren. Diese KPIs orientieren sich beispielsweise an internen Carbonpreisen, der Reduzierung von CO2-Emissionen oder der reduzierten Verwendung von Plastik und Kunststoff. Dadurch wird aber auch deutlich, dass die ESG-Strategie von Unternehmen bisher meist sehr einseitig auf das „E“ wie Environment ausgerichtet ist – insbesondere auf den Klimaschutz, während die Bereiche Soziales und Governance bisher noch weniger Berücksichtigung finden.

> „Viele Unternehmen beschäftigen sich derzeit intensiv damit, die Messbarkeit von Nachhaltigkeit zu erforschen und somit klare, vergleichbare Leistungsindikatoren (KPIs) zu definieren.“

Ist das Thema Nachhaltigkeit inzwischen ein Standard in jeder Unternehmensstrategie?
In der Tat ist Nachhaltigkeit ein bedeutender Bestandteil der Strategie deutscher Unternehmen. Unsere eigene Studie aus dem vergangenen Jahr konnte sogar bestätigen, dass Nachhaltigkeit eindeutig als "geschäftsfördernd" wahrgenommen wird. Das bedeutet, dass Nachhaltigkeit nicht mehr nur von persönlichen Weltanschauungen geprägt ist, sondern mittlerweile als klare, geschäftliche Notwendigkeit verstanden wird. Diese Entwicklung wurde maßgeblich von drei Interessengruppen beeinflusst: den Mitarbeitern, den Kunden und den Kapitalgebern. Interessanterweise ergab die Studie auch eine Betrachtung des Zusammenhangs zwischen Nachhaltigkeit und Profitabilität. Die befragten Unternehmer waren sich größtenteils einig, dass die Profitabilität durch nachhaltiges Handeln vorerst sinken würde. Dennoch bekräftigten sie mehrheitlich, dass sie dennoch bereit sind, auf kurzfristige Gewinne (EBIT) zu verzichten, um ein nachhaltigeres Unternehmen zu schaffen.

> „Nachhaltigkeit wird mittlerweile als klare, geschäftliche Notwendigkeit verstanden.“

Mit welchen nachhaltigen Leistungen können die Sparkassen aus Ihrer Sicht bei ihren Kunden punkten?

Sparkassen können bei ihren Unternehmenskunden durch verschiedene nachhaltige Leistungen punkten: Zum einen könnten sie nachhaltige Anlageprodukte anbieten, die Umwelt- und Sozialkriterien berücksichtigen und somit den Kunden ermöglichen, ihr Kapital in umweltverträgliche und sozial-verantwortliche Projekte zu investieren. Darüber hinaus können Finanzdienstleister – und diese tun es ja auch schon – nachhaltige Finanzierungen fördern, indem sie Kredite für Projekte mit positiven Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft anbieten, wie beispielsweise erneuerbare Energien oder soziale Infrastruktur.

> „Der Finanzsektor erhält eine wichtige Lenkungsfunktion im Rahmen der gesamtgesellschaftlichen Entwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit.“

Um hier ein konkretes Beispiel anzuführen, gibt es sogenannte sustainability-linked loans, deren Kreditmarge an die Entwicklung bestimmter Nachhaltigkeitszahlen gekoppelt ist. Beispielhaft seien hier Bioumsatz, energieeffiziente Immobilien oder gesellschaftliches Engagement für Kinder und Jugendliche genannt. Durch solche nachhaltigen Angebote können Banken das Bewusstsein ihrer Kunden für ökologische und soziale Aspekte stärken und gleichzeitig einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten. Der Finanzsektor erhält somit eine wichtige Lenkungsfunktion im Rahmen der gesamtgesellschaftlichen Entwicklung hin zu mehr Nachhaltigkeit.

Frau Lorth, vielen Dank für das Gespräch.

Maren Lorth

hat 2013 die unabhängige Unternehmensberatung "Mi[de] – Mittelstand denken." gegründet. Schwerpunktmäßig berät sie Unternehmen bei Strategie-, Finanzierungs- und Kapitalmarktthemen sowie Familienunternehmen bei ihrer Nachfolgeplanung. Zuvor war sie mehr als 15 Jahre im Investment Banking und danach als Finanzvorstand in einem mittelständischen Unternehmen tätig.

Kontakt:
E-Mail: lorth@mittelstand-denken.de
Webseite Mi[de] - Mittelstand denken

Finanzgruppe

© Deutsche Leasing 2020