



NACHHALTIGKEIT IN DER LEBENSVERSICHERUNG

„Früher oder später werden alle Lebensversicherungen nachhaltig sein“

Von Redaktion 10.05.2021 09:44, aktualisiert am 10.05.2021 09:44

Pfefferminzia: Welche Rolle spielt das Thema Nachhaltigkeit bisher im Versicherungsbereich? Gibt es Ihrer Ansicht nach bereits eine ausreichende Auswahl nachhaltiger Varianten in allen Produktparten?

Jörg Schulz: Wir können feststellen, dass die Lebensversicherer im Bereich der Nachhaltigkeit sehr unterschiedlich in ihrer Entwicklung sind. Es gibt Gesellschaften, die bereits seit Jahren gut und breit aufgestellt sind und es gibt Gesellschaften, die scheinen noch ganz am Anfang der Entwicklung zu stehen. Zurzeit liegt ein Schwerpunkt im Produktbereich sicher auf der Altersvorsorge in der 3. Schicht und hier speziell bei den fondsgebundenen Versicherungen. Das Angebot an ESG-konformen Fonds nimmt deutlich zu. Auch für den Bereich der Biometrie gibt es erste Ansätze. Grundsätzlich entsteht allerdings der Eindruck, dass von den drei Buchstaben das E, also Environment – zu Deutsch Umwelt, deutlich im Vordergrund steht. Noch immer scheint bei einigen Marktteilnehmer Nachhaltigkeit durch den Dreiklang Nachhaltigkeit = Kampf gegen den Klimawandel = CO₂-Reduktion definiert zu sein. Allerdings lässt sich das Kriterium Environment sicher auch einfacher darstellen und transparenter und medienwirksamer in die Öffentlichkeit tragen als Social, also soziale Anlagekriterien, und Governance – Kriterien der verantwortungsvollen Unternehmensführung.

Was hinderte Versicherer bisher womöglich an der Entwicklung eines breiteren Angebots?

Das größte Problem liegt in der fehlenden Normierung und fehlenden gesetzlichen Vorgaben. Vor allem in den Bereichen Social und Governance weiß noch niemand so genau, was letztlich in einer EU-Taxonomie mal gefordert werden wird. Daher sind viele Versicherer aus verständlichen Gründen erstmal zurückhaltend. Gerade im Bereich der eigenen Kapitalanlagen wäre es dramatisch, sich jetzt in eine Richtung zu entwickeln, die sich dann später als nicht EU-konform herausstellen könnte. Die Definition einheitlicher Kriterien spielt nach unserer Einschätzung also eine ganz entscheidende Rolle.

Wie weit ist die Taxonomie der EU in diesem Bereich fortgeschritten?

Leider hinkt die EU ihren eigenen Ansprüchen deutlich hinterher. Wer mehrere hunderte von Milliarden in einen Green Deal investieren möchte, der sollte auch in der Lage sein, zeitnah und konkret zu definieren, was denn nun „green“ im Sinne von nachhaltig ist. Einen Bärendienst erweisen dabei derzeit einige Rating-Agenturen dem Nachhaltigkeitsgedanken. Sie versuchen Standards zu setzen und erwecken den Eindruck, es gäbe bereits eine verbindliche Taxonomie. Auf diese Weise versuchen sie die Entscheidungen der Versicherer in eine bestimmte Richtung zu lenken – es bleibt allerdings abzuwarten, ob das dann tatsächlich auch die Richtung ist, die die EU final vorgeben wird. Insofern sind hier Enttäuschungen genauso vorprogrammiert wie Rating getriebene Investitionen in bestimmte ESG-Projekte.

Wie groß ist Ihrer Ansicht nach das Wissen von Versicherungsmaklern und ihrer Kundinnen und Kunden in diesem Bereich?

Das Wissen ist sowohl im Vertrieb als auch beim Kunden sehr unterschiedlich ausgeprägt. Es gibt sicher einige Experten, aber insbesondere in der Breite der ESG-Kriterien besteht Nachholbedarf. Im Hinblick auf die Beratung ist eine differenzierte Betrachtung erforderlich. Die Frage, ob jemand ein nachhaltiges Produkt haben möchte, wird vermutlich der weitaus größte Teil der Interessenten bejahen. Wenn es aber um konkrete Themen, insbesondere aus den Bereichen Social und Governance, geht, dann dürfte große Unsicherheit bestehen. Nicht zuletzt aufgrund der Berichterstattung in den Medien wird bei Kunden Nachhaltigkeit

häufig mit Klimaschutz gleichgesetzt. Zudem dürfte vielen Kunden auch nicht klar sein, dass bestimmte Themen auch sehr konträr diskutiert werden können. Man denke beispielsweise an die Einstellung zur Atomenergie in Frankreich einerseits und in Deutschland andererseits.

Wie beurteilen Sie die Auswirkungen der EU-Transparenzverordnung, die seit 10. März gilt?

Diese Verordnung ist ein erster und wichtiger Schritt. Für die Akzeptanz des Nachhaltigkeitsgedankens spielt vor allem Transparenz eine wichtige Rolle. Jeder Vermittler und auch jeder Kunde sollte in die Lage versetzt werden, sich selber ein Bild davon machen zu können, inwieweit ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Anlage seinen eigenen Nachhaltigkeitspräferenzen entspricht. Perspektivisch gilt das Gleiche auch für die anbietenden Unternehmen selbst.

Wie sollten umweltfreundliche Finanzprodukte sinnvollerweise gekennzeichnet werden? Welche Siegel unabhängiger Institutionen in diesem Bereich halten Sie für sinnvoll?

Mit Siegeln tun wir uns generell schwer. Betrachtet man verschiedene Nachhaltigkeitsratings und -analysen dann reicht etwa die Bewertung des VW-Konzerns von vorbildlicher Nachhaltigkeit bis hin zu nicht vorhandener Nachhaltigkeit. Wichtiger als Siegel erscheinen uns daher verlässliche Informationen über die Produkte selber. Worin investiert ein Fonds? Warum werden bestimmte Ausschlusskriterien verwendet? Warum werden bestimmte Branchen oder Länder nicht ausgeschlossen? Wünschenswert wäre daher eher die Definition derjenigen Informationen, die zwingend veröffentlicht werden müssen. So kann beispielsweise Alkohol als Ausschlusskriterium verwendet werden. Bei einem Best-in-Class-Ansatz hingegen können auch Alkoholanbieter relativ gut abschneiden, weil sie eben besser sind als der Rest ihre Vergleichsgruppe. Das Erstellen von Ratings und die damit verbundene Vergabe von Siegeln hat in der Regel immer eine subjektive Färbung durch den Rating-Ersteller. Zudem basieren diese in aller Regeln auf unterschiedlichen Datengrundlagen und Datenquellen. Somit ist es fraglich, ob die Nachhaltigkeitspräferenzen, die bei der Erstellung des Ratings angelegt wurden, auch zu denen des Kunden passen.

Wird man künftig auch noch ohne nachhaltiges Handeln als Unternehmen erfolgreich sein können?

Das dürfte in der Tat sehr schwer werden. Die Finanzströme und Investitionen sollen ja ganz bewusst in nachhaltige Unternehmen und Projekte geleitet werden. Daher könnte es für Unternehmen, die sich diesem Gedanken konsequent verweigern in Zukunft möglicherweise schwer werden, sich am Kapitalmarkt zu (re)finanzieren. Die Frage ist aber auch, warum ein Unternehmen nicht nachhaltig handeln sollte. Gerade die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsrisiken dürfte im Sinne eines jeden Unternehmens sein.

Sie haben den ESG-Finder entwickelt. Wie funktioniert das Tool und welche Informationen über nachhaltige Angebote von Versicherern und Investmentgesellschaften können Makler dadurch erhalten?

Der ESG-Finder funktioniert sehr einfach. Der Anwender muss keinerlei Eingaben tätigen und findet sehr schnell Informationen etwa zum nachhaltigen Fondsangebot der Lebensversicherer oder Investmentgesellschaften. Zudem wird gezeigt, welche Produkte bereits als nachhaltig angesehen werden können. Schon allein durch den Informationsumfang, den einzelne Gesellschaften für den ESG-Finder beisteuern, kann sich der Makler einen ersten Eindruck darüber verschaffen, wie ernst ein Anbieter das Thema Nachhaltigkeit nimmt.

Ihre Prognose: Welchen Umfang werden nachhaltige Lebensversicherungsprodukte künftig im Markt haben?

Früher oder später werden alle Lebensversicherungsprodukte mehr oder weniger nachhaltig sein. Die Frage ist nur, wie schnell das geht. Im Gegensatz zu vielen anderen Themen handelt es sich bei der Nachhaltigkeit nicht um einen kurzfristigen Hype, sondern um ein Thema, das uns dauerhaft begleiten wird. Dafür sorgen schon allein die Politiker, die EU und die Medien, die uns tagtäglich mit dem Thema konfrontieren. Wünschenswert wäre hier vor allem etwas mehr Gelassenheit und eine ergebnisoffene Diskussion über kontroverse Standpunkte. Nicht jedes politische Problem lässt sich mit dem Hinweis auf Nachhaltigkeit lösen. So erschließt sich zum Beispiel nicht, wie eine Verringerung des CO₂-Ausstoßes die Rentenproblematik entspannen könnte. Fraglich ist auch wie drastisch steigende CO₂-Preise und/oder Steuererhöhungen auf bestimmte Brennstoffe, Strafsteuern für „ungewolltes Verhalten“ oder ähnliches dauerhaft Arbeitsplätze sichern sollen. Daher wird Nachhaltigkeit in Zukunft vor allem auch mit Augenmaß betrieben werden müssen.

MEHR ZU

▶ [VERTRIEB](#) ▶ [VORSORGE](#)

▶ [ASSEKURANZ DER ZUKUNFT](#)