

Investing for better | Juli 2020

Nachhaltiger Konsum und Produktion

Inhalt

BEGLEITERSCHEINUNGEN DER CORONAKRISE	3
WENIGER IST MEHR – UND FÖRDERT INNOVATIONEN	4
INTERNES RESEARCH RICHTET DEN BLICK AUF NACHHALTIGKEIT	8
VERANTWORTUNGSVOLLE/R PRODUKTION UND KONSUM IN ANLAGEPORTFOLIOS	12
IST ALLES NACHHALTIG, WO NACHHALTIG DRAUFSTEHT?	16
IDEEN FÜR NACHHALTIGE AKTIENANLAGEN	20

Begleiterscheinungen der Coronakrise

Vorwort



Reinhard Pfingsten

Chief Investment Officer
Bethmann Bank

Juli 2020

Seit der letzten Ausgabe von Investing for better hat sich vor allem wegen der Coronakrise sehr viel verändert. Das Virus, die Unsicherheiten und die Sorgen um unsere Gesundheit sind mittlerweile fester Bestandteil unseres Alltags. Aufgrund der Einschränkungen zur Eindämmung der Infektionszahlen sind wir schon seit einiger Zeit dazu angehalten, zu Hause zu bleiben. Glücklicherweise zahlen sich diese Maßnahmen aus, denn die Anzahl der Neuinfizierten und Krankenhausaufnahmen sinkt.

Wir leben in ungewöhnlichen Zeiten. Die Auswirkungen auf die Wirtschaft sind unmittelbar und deutlich zu spüren. Dies spiegelt sich auch am Aktienmarkt wider, der in der ersten Märzhälfte abrupt einbrach. Obwohl wir seit dem letzten Tiefpunkt eine deutliche Erholung verzeichnet haben, müssen Unternehmen in allen Branchen aufgrund der Coronakrise harte Rückschläge hinnehmen. Regierungen und Zentralbanken unternehmen alles, um das Virus zu bekämpfen und die Wirtschaft zu stärken. In dieser Ausgabe von Investing for better erklären wir, was dies für die Finanzmärkte und die Zusammenstellung Ihres Portfolios bedeutet.

Die Maßnahmen gegen das Coronavirus wirken sich auch auf unsere Bewegungsfreiheit aus. Soweit möglich, arbeiten wir von zu Hause aus, kümmern uns daheim um unsere Kinder, erledigen unsere Einkäufe virtuell und gehen kaum nach draußen. Dies hat unerwartet positive Effekte: Es gibt weniger Staus und Flugverkehr, was die Luftqualität verbessert. Dies ist ein großer Schritt im Sinne unserer Nachhaltigkeitsziele, die wir seit einiger Zeit verfolgen. Die jüngsten Ereignisse haben unser bisheriges Konsum- und Produktionsverhalten infrage gestellt. Sind unsere Gewohnheiten nachhaltig? Können wir bei Produktion und Konsum vielleicht alternative und bewusstere Wege einschlagen? Wie können wir das erreichen? Angesichts dieser Fragen erschien uns das Ziel 12 der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ das passende Thema für diese Ausgabe.

Esther van Munster, Portfolio Manager Sustainable Equities, erläutert, welche Rolle die nachhaltige Produktion bei Investitionen spielt, und wie sich dies in unserem nachhaltigen Aktienportfolio widerspiegelt. Viele Produkte werden bereits nachhaltig hergestellt, was zahlreiche Labels und Qualitätssiegel auf den Verpackungen bestätigen. Karin Bouwmeester, Sustainability Manager, verdeutlicht, wie diese Zertifikate den nachhaltigen Konsum fördern können, und empfiehlt, dennoch Vorsicht walten zu lassen. Die Krise hat nachhaltiges Konsum- und Produktionsverhalten stark in den Vordergrund gerückt. Dieser grünere Fokus könnte eine langfristige und positive Begleiterscheinung dieser ungewöhnlichen Zeiten sein, die hoffentlich bald hinter uns liegen.



Weniger ist mehr – und fördert Innovationen

Damit die Welt auch für künftige Generationen lebenswert bleibt, müssen wir bewusster mit verfügbaren Rohstoffen umgehen. Daher haben die Vereinten Nationen nachhaltiges Produktions- und Konsumverhalten zu einem ihrer Ziele für nachhaltige Entwicklung erklärt. Wie Privatpersonen und Unternehmen dadurch zu mehr Kreativität und Innovation inspiriert werden, verrät uns Judith Sanders, Anlagestrategin bei ABN AMRO.

Abfallvermeidung

Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) der Vereinten Nationen (United Nations, UN) beschreiben, was sich hinsichtlich Armut, Ungleichheit und Klimawandel ab sofort bis 2030 ändern muss. Das zwölfte Ziel (SDG 12) – Nachhaltige/r Konsum und Produktion – erfordert einen neuen Ansatz für unser aller Konsum- und Produktionsverhalten. Beispiele dafür sind Abfallvermeidung und ein verantwortungsbewussterer Einsatz von Ressourcen wie Wasser, Nahrung und fossilen Energieträgern. Judith Sanders: „Aufgrund der Coronakrise ist dieses Thema wichtiger denn je. Die Angestellten arbeiten vermehrt von zu Hause aus und die Zahl der Online-Konferenzen ist stark gestiegen. Das gibt Hoffnung,

dass wir auch in Zukunft weniger Auto fahren oder fliegen. Schwachstellen in der Lieferkette wurden ebenfalls sichtbar und haben einige Unternehmen veranlasst, über den Aufbau lokaler Produktionsstätten nachzudenken. Wir sehen auch deutliche Anzeichen dafür, dass die Menschen sich bewusst werden, dass sie weniger brauchen und dass ein geringerer Konsum sogar cool sein kann.“

Wichtige Rolle für Unternehmen

Unternehmen spielen eine wichtige Rolle dabei, das Produktions- und Konsumverhalten nachhaltiger zu gestalten. Rund um den Globus suchen sie nach besseren und intelligenteren Herstellungsmethoden. In den Niederlanden sind der Lebensmittelkonzern Unilever und der

Telekommunikationsanbieter KPN dafür bekannt, das Thema Nachhaltigkeit von allen Seiten anzugehen. Unilever verringerte seinen Abfall je produzierter Tonne seit 2008 um 98 Prozent. Und KPN ist bereits seit 2015 klimaneutral: Das Unternehmen nutzt zu 100 Prozent Ökostrom und kompensiert den Treibstoff-Verbrauch seiner Fahrzeuge sowie die Beheizung seiner Gebäude mit entsprechenden Zertifikaten. Sanders betont, dass ABN AMRO die SDGs bei ihren Arbeitsabläufen ebenfalls berücksichtigt. Der Fokus liegt neben Ziel 12 auch auf Nummer 8 – Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum – und 13 – Maßnahmen zum Klimaschutz. „Unter anderem sind immer mehr unserer Bankfilialen energieneutral. Andere Initiativen sind mobile Arbeitsmöglichkeiten und unser Umstieg auf E-Autos als Dienstwagen. Auch unseren Kunden erleichtern wir nachhaltige Entscheidungen. Beispielsweise bieten wir Hypothekendarlehen für nachhaltige Wohnungs- oder Hausmodernisierungen zu attraktiveren Konditionen.“ 2019 hat die Bank Kredite im Wert von mehr als 590 Millionen Euro für nachhaltige Initiativen bereitgestellt.

Ein fester Platz im Geschäftsbericht

Investoren beobachten, dass immer mehr Unternehmen ihrer Nachhaltigkeitsperformance im Geschäftsbericht ein gewisses Gewicht verleihen. Auch ABN AMRO veröffentlicht sowohl ihre finanziellen als auch nicht-finanziellen Ergebnisse in einem integrierten Geschäftsbericht. Für Sanders ist dies eine positive Entwicklung, da Anleger so wichtige Informationen für ihre Investitionsentscheidungen erhalten. Zudem wird dadurch deutlich, dass nachhaltige Entscheidungen mit finanziellen Überlegungen Hand in Hand gehen können: „Dies gilt besonders für die Kreislaufwirtschaft, bei der Ressourcen so effizient wie möglich genutzt und wiederverwendet bzw. verwertet werden.“ Beispielsweise können Kunden beim Kauf einer neuen Matratze beim Bettenhersteller Auping ihre alte Matratze abgeben, die dann recycelt wird. Die Materialien aus der alten Matratze werden an Hersteller von Hohlwanddämmung und Judomatten verkauft. „Das bringt einen langfristigen finanziellen Vorteil und macht die Unternehmen weniger anfällig für Schwankungen bei der Bereitstellung und Bepreisung von Materialien – und die Kosten für die Abfallentsorgung werden ebenfalls verringert“, so Sanders.

Mehr Mut zur Innovation

Der Fokus auf nachhaltiges Produktions- und Konsumverhalten leistet einen Beitrag zur Erfüllung der nachhaltigen Entwicklungsziele und inspiriert Unternehmen, in Innovationen zu investieren und mehr mit weniger zu erreichen.



Wissensaustausch für intelligente Produktion

ABN AMRO möchte ihre Erkenntnisse zur Nachhaltigkeit teilen, um den positiven Effekt zu verstärken; beispielsweise das Wissen, das wir uns im Zuge der nachhaltigeren Gestaltung unserer eigenen Bürogebäude angeeignet haben. Besonders stolz sind wir in diesem Zusammenhang auf Circl, ein „Kreislaufbauwerk“ neben unserem Hauptsitz in Amsterdam, das als Treffpunkt für Kunden, Kollegen und Anwohner dient. Alle Baustoffe mussten wiederverwendbar sein – von der Holzkonstruktion bis hin zur Inneneinrichtung. Circl wurde so zum Versuchsgelände für eine Kreislauf-Bauweise, die mittlerweile Architekten und Nachhaltigkeits-Verfechter rund um den Globus fasziniert.

Es wird angenommen, dass es 100 Billionen Euro kosten wird, die Erderwärmung bei unter zwei Grad zu halten. Zusätzliche 18 Billionen Euro werden gebraucht, um die Welt CO₂-neutral zu machen. Laut einer Studie von IRENA jedoch werden diese Investitionen letztendlich gar nichts kosten, da jeder investierte Euro – oft indirekt – über mehrere Jahrzehnte drei bis acht Euro generiert. Quelle:

International Renewable Energy Agency (IRENA), Global Renewables Outlook unter https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2020/Apr/IRENA_Global_Renewables_Outlook_2020.pdf



DSM produziert Desinfektionsmittel für Krankenhäuser. Shell stellt zu diesem Zweck 2,5 Millionen Liter an Rohmaterial bereit – das entspricht in etwa dem Fassungsvermögen eines Olympia-Schwimmbeckens.



Coca-Cola hat 120 Millionen US-Dollar zur Bekämpfung des Coronavirus gespendet.

Zusätzlich verteilt das Unternehmen Getränke und Essenspakete an bedürftige Mitglieder der Gesellschaft und an Mitarbeiter im Gesundheitswesen.



Laut den Vereinten Nationen (United Nations, UN) wird die Weltbevölkerung bis 2050 auf 9,6 Milliarden wachsen und wir bräuchten die Ressourcen von drei Planeten, um unsere aktuelle Lebensweise aufrechtzuerhalten. Das ist natürlich keine Option.



Nachhaltigkeit und Investitionen vermögender Privatkunden

Internes Research richtet den Blick auf Nachhaltigkeit

Reagieren Anleger darauf, wenn ein Unternehmen seine Nachhaltigkeitsbewertung verbessert? Und würdigen sie diese Entwicklung mit zusätzlichen Investitionen? Eine gemeinsame Studie von ABN AMRO, Oxford Saïd Business School und Erasmus School of Economics ist diesen Fragen auf den Grund gegangen .

Mary Pieterse-Bloem, Global Head Fixed Income und Professorin für Financial Markets, und Vincent Triesschijn, Director Sustainable Investments, haben sich das Verhalten von vermögenden Privatanlegern genauer angesehen.¹

Wie wurde die Studie aufgebaut?

Pieterse-Bloem: „Bisher ist wenig darüber bekannt, inwiefern Nachhaltigkeitsbewertungen von Unternehmen die Entscheidungen von wohlhabenden Anlegern beeinflussen. ABN AMRO bedient diese Anleger über ihre Privatbank. Dadurch stehen uns umfassende Daten zur Verfügung, die für unsere Analyse selbstverständlich anonymisiert wurden. Wir untersuchten, wie sich veränderte Nachhaltigkeitsbewertungen auf die Portfolios und Transaktionen von Anlegern auswirken.“

Warum haben Sie diese recht umfassende Studie selbst durchgeführt?

Triesschijn: „Wir als Bank haben entschieden, nachhaltige Investitionen zum Standardangebot für unsere Kunden zu erklären. Da ist es selbstverständlich, dass wir auch eine aktive Rolle spielen, einen deutlichen Standpunkt vertreten und einen aktiven Beitrag leisten wollen. Die Durchführung der Studie erschien uns als logische Konsequenz. Oxford kann bereits viel Erfahrung in der Erforschung des Zusammenhangs zwischen Nachhaltigkeit und Investitionen aufweisen und verfügt über das notwendige Handwerkszeug, um detaillierte Analysen durchzuführen. Dazu erhielten wir noch hilfreichen Input von Mary Pieterse-Bloem, die an der Erasmus School of Economics als Professorin tätig ist. Unsere Daten sind für die Forschung sehr interessant: Wir haben immerhin fünf Millionen Retail- und Privatbankkunden.“

¹ Siehe https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3576687

Welches sind Ihre wichtigsten Erkenntnisse?

Pieterse-Bloem: „Wir haben gesteigerte Investitionen in Wertpapiere mit hohen Nachhaltigkeitsbewertungen beobachtet. Absolut betrachtet, war der monatliche Zufluss in diesem Bereich um rund 4,25 Millionen Euro höher als der bei weniger nachhaltig bewerteten Wertpapieren. Im Erfassungszeitraum zwischen Januar 2016 und Dezember 2019 kletterte die Zahl insgesamt auf etwa 210 Millionen Euro.“

Die Anleger berücksichtigen bei ihren Portfolios immer mehr Unternehmen und Institutionen mit besserer Nachhaltigkeitsbewertung. Dies gilt insbesondere für Anleger, die von ihrem Anlageberater regelmäßig Informationen über die Nachhaltigkeitsratings ihres Portfolios erhalten. Ein klarer Unterschied ist bei Anlegern auszumachen, die nur ausführende Leistungen der Bank nutzen (Wertpapierhandel), und bei Investitionsströmen ist der Unterschied bei Aktien höher als bei Anleihen. Unsere Studie lieferte systematische Belege dafür, dass Privatanleger Nachhaltigkeitsbewertungen in ihre Investitionsentscheidungen einfließen lassen.“

Welche Ergebnisse waren für Sie überraschend und welche hatten Sie bereits erwartet?

Pieterse-Bloem: „Wir hatten auf jeden Fall damit gerechnet, dass Aktienanleger in irgendeiner Form auf die Nachhaltigkeitsbewertungen reagierten. Aber interessanterweise konnten wir das gleiche Verhalten auch bei den Anleihen beobachten, die meines Erachtens echte Buy-and-Hold-Investitionen sind. Und dass die Reaktionen

in verschiedenen Ländern unterschiedlich ausfielen, überraschte mich ebenfalls. Es stellte sich heraus, dass Anleger stärker reagierten, wenn sie mehr Informationen von der Bank über die Nachhaltigkeit ihrer Investitionen erhalten hatten – entweder von ihren Beratern oder durch einen Report. Offensichtlich haben die Inhalte, die wir unseren Kunden bieten, einen entscheidenden Einfluss.“

Die Ergebnisse fielen also nicht überall gleich aus?

Triesschijn: „Bei Privatanlegern gab es die stärksten Reaktionen in den Niederlanden und in Belgien. In Deutschland waren die Ergebnisse schwächer und in Frankreich waren sie nicht mehr auszumachen. Dies lässt sich mit der unterschiedlichen Nachhaltigkeitsberichterstattung erklären. Diese ist in den Niederlanden und Belgien durchaus stärker ausgeprägt als in Deutschland oder Frankreich. Zusätzlich haben Anleger in den Niederlanden, Belgien und Deutschland über Internetbanking jederzeit Zugriff auf Nachhaltigkeitsinformationen. Anleger in Frankreich haben diese Möglichkeit nicht.“

Wie geht ABN AMRO nun mit diesen Ergebnissen um?

Triesschijn: „Wir werden definitiv Maßnahmen einleiten, um die Unterschiede zwischen den Ländern auszugleichen. Nach dieser quantitativen Studie wäre ich auch von einer qualitativen Studie nicht abgeneigt. Ich bin ein Freund von Statistiken. Aber es reicht nicht, nur den Sachverhalt zu kennen. Man sollte auch die Hintergründe verstehen. Daher laufen derzeit Gespräche mit unseren Niederlassungen in

Studie: Nachhaltigkeit und Investitionen vermögender Privatkunden

Auf Grundlage vollständig anonymisierter Daten der Privatbank von ABN AMRO untersuchten die Forscher der Oxford- und Erasmus-Universität, inwiefern die Anleger ESG-Kriterien (Environmental, Social und Governance) in ihre Aktien- und Anleiheportfolios einfließen lassen und ob sie diese Portfolios an veränderte ESG-Bewertungen anpassen. Die Studie bestätigte, dass mehr Investitionen in Unternehmen und Institutionen getätigt werden, die über bessere ESG-Bewertungen verfügen. Die Anleger reagieren zudem positiv (oder negativ), wenn sich diese verbessern (oder verschlechtern). Der Erfassungszeitraum lag zwischen Januar 2016 und Dezember 2019. Die Ergebnisse der Studie wurden in einem Artikel zusammengefasst und für die Global Research Alliance for Sustainable Finance and Investment Conference eingereicht, die im September in New York stattfindet.

den verschiedenen Ländern, um Entwicklungsmöglichkeiten zu identifizieren.

Wie nützlich sind die Studienergebnisse für die Private Banker und ihre Kunden?

Triesschijn: „Der Erwerb von Daten zur Nachhaltigkeitsbewertung von Unternehmen ist für die Bank mit hohen Kosten verbunden. Daher wollten wir den Mehrwert solcher Informationen verdeutlichen und aufzeigen, dass unsere Berater und Kunden diese bei ihren Überlegungen tatsächlich berücksichtigen. Und das haben wir auch geschafft. Zusätzlich bildete diese Art der Studie einen guten Ausgangspunkt für die gesamte Branche: Je mehr wir über das Verhalten der Anleger wissen, desto schneller können wir uns in Richtung Nachhaltigkeit bewegen.“

Würden Sie gerne eine Follow-up-Studie durchführen? Falls ja, mit welchem Schwerpunkt?

Pieterse-Bloem: „Wir würden auf jeden Fall gerne mehr forschen. ABN AMRO weiß um den Wert umfassender objektiver Studien. Sie liefern wichtige Erkenntnisse für Strategien und die Umsetzung bestimmter Vorstellungen. Wir haben zahlreiche Ideen: Beispielsweise ist die Rolle des Beraters bei der Entscheidung der Anleger ein sehr interessanter Punkt. Die endgültige Entscheidung steht allerdings noch aus. Zunächst möchten wir die Studie im akademischen Rahmen ausarbeiten, besprechen und veröffentlichen. Denn für die Validierung ist die Begutachtung von Kollegen nötig.“

Wie ergab sich die Zusammenarbeit mit der Oxford Saïd Business School?

Triesschijn: „Nachhaltige Investitionen sind auf dem Vormarsch – auch bei ABN AMRO, wo sie nun der Standard für neue Anlagekunden sind. Bei unserer Suche nach einem Schulungsprogramm für den gesamten Vertrieb stießen wir auf die Saïd Business School in Oxford. Als eine der ersten Universitäten für nachhaltige und wirkungsorientierte Investitionen verfügt sie über viel Erfahrung und als Business School verfolgt sie zudem einen praktischen Ansatz. 2018 startete das ‚Oxford Fundamentals of Sustainable and Impact Investing Programme‘ für alle 900 Berater der Bank. Neben dem Schulungsprogramm waren wir auch an einer engeren Forschungszusammenarbeit mit einer Universität interessiert und Oxford erwies sich auch in dieser Hinsicht als idealer Partner.“



Mary Pieterse-Bloem ist Global Head Fixed Income bei der ABN AMRO Private Bank und Professorin für Financial Markets an der Erasmus School of Economics. Sie ist Vorsitzende der Rente Gilde, dem Verband für niederländische Fixed-Income-Spezialisten. Pieterse-Bloem absolvierte ihr Masterstudium an der London School of Economics and Political Science sowie an der University of Amsterdam.



Vincent Triesschijn ist Director Sustainable Investments bei ABN AMRO Private Bank und konzentriert sich auf die Integration von Nachhaltigkeit (ESG) und nachhaltige Investitionen für Kunden. Triesschijn absolvierte sein Masterstudium an der Cambridge University. Er agiert als Coach für nachhaltige Start-ups, bringt soziale Unternehmen mit talentierten Akademikern zusammen und ist Mitglied im Beratungsgremium von „Bridges for Enterprise“ und „Net Impact“.



Verantwortungsvolle/r Produktion und Konsum in Anlageportfolios

Verantwortungsvolles Produktions- und Konsumverhalten ist eines der nachhaltigen Entwicklungsziele (Sustainable Development Goal, SDG), das aufgrund seines Umfangs nicht direkt mit spezifischen Produkten oder Unternehmen in Verbindung steht. Dennoch ist es für unsere Nachhaltigkeitsportfolios relevant, bekräftigt Esther van Munster, Portfolio Manager Sustainable Equities. Investitionen werden in Unternehmen getätigt, die die Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf Menschen, Umwelt und Gesellschaft möglichst gering halten möchten. Auf die Herausforderungen der Zukunft reagieren diese Unternehmen mit innovativen Produkten und Prozessen.

Die Produkte, die wir kaufen, und ihre Herstellung haben deutliche Auswirkungen auf unser Leben und auf unsere Umwelt – heute und auch in Zukunft. Luftverschmutzung, schlechte Arbeitsbedingungen und die Verknappung von wichtigen Ressourcen wie Wasser sind nur einige der aktuell drängendsten Probleme. Daher wurde nachhaltiges Produktions- und Konsumverhalten zum zwölften nachhaltigen Entwicklungsziel der Vereinten Nationen erklärt und spielt auch im Nachhaltigkeitsportfolio eine wichtige Rolle. Bei der entsprechenden Aktienauswahl begutachten wir die Produkte der Unternehmen – und vor allem den Herstellungsprozess.

Best-in-Class

Van Munster: „Wir investieren in Unternehmen, die zu den nachhaltigsten Akteuren ihrer Branche zählen. Verantwortungsbewusste Hersteller betrachten ihre Ressourcennutzung kritisch und achten auf Wassereinsparungen und Recyclingmöglichkeiten.“ Wie sie dabei abschneiden, wird anhand der ESG-Kriterien (Environmental, Social und Governance) bewertet. Nachhaltige Produktionsmethoden können die Welt in vielerlei Hinsicht zu einem besseren Ort machen. „Der bewusste Einsatz von Ressourcen wie Wasser und Energie ist nur ein Beispiel; ein anderes sind bessere Arbeitsbedingungen für Angestellte und nachhaltigere Beziehungen zu Lieferanten.“

Wie wichtig der letzte Punkt ist, zeigt sich vor allem in der Coronakrise, erklärt Van Munster. „In der aktuellen Situation stehen die Unternehmen unter immensem Druck. Dies zeigt einmal mehr, wie wichtig ein verantwortungsbewusster Umgang mit Lieferanten ist. Sinkende Verkaufszahlen in der Modebranche haben beispielsweise zu einem starken Einbruch in der südostasiatischen Bekleidungsindustrie geführt. Dies wirkt sich direkt auf die Angestellten aus: Aufgrund der niedrigen Löhne konnten sie sich kein finanzielles Polster aufbauen und sind nun von extremer Armut bedroht. In anderen Branchen kann eine gute Beziehung zu Lieferanten in der aktuellen Situation zu einem Wettbewerbsvorteil führen. Unternehmen, die bereits in der Vergangenheit gute Beziehungen zu ihren Lieferanten führten, haben nun bessere Chancen, begrenzt verfügbare Produkte zu ergattern.“

Investitionen in Nachhaltigkeits-Vorreiter

Nur Unternehmen mit guten ESG-Bewertungen können ins Nachhaltigkeitsportfolio aufgenommen werden. Dies ist als Best-in-Class-Methode bekannt. Van Munster und ihr Team bevorzugen Unternehmen, die in puncto Nachhaltigkeit eine führende Rolle spielen. „Sie geben den Takt für die restliche Branche vor und legen die Messlatte immer noch ein Stück höher. Ein Beispiel ist Danone: Das französische Molkereunternehmen hat vor einigen Jahren

WhiteWave übernommen, das die Marke Alpro vertreibt. Die Molkereialternativen auf Pflanzenbasis bestehen aus Hafer, Reis oder Soja.“ Im Zuge der Übernahme hat Danone das immense Potenzial dieser Produkte erschlossen, teilweise auch aus Umweltgründen: Bei der Herstellung pflanzenbasierter Molkereialternativen wird weniger Wasser benötigt und unter dem Strich auch weniger CO₂ ausgestoßen als bei herkömmlichen Milchprodukten. „Pflanzenbasierte Molkereialternativen weisen einen viel geringeren ökologischen Fußabdruck auf als tierische Milchprodukte. Bezüglich Nachhaltigkeit hat Danone bereits mit seinem eigenen Produktionsprozess eine Führungsrolle eingenommen und sein Angebot nun um Produkte erweitert, die sogar noch nachhaltiger sind. So blickt das Unternehmen über den Tellerrand seiner klassischen Geschäfte hinaus.“

Die Herausforderungen der Zukunft

Nachhaltige Unternehmen blicken zuversichtlich nach vorn und sind stets auf der Suche nach Innovationen, um die Herausforderungen der Zukunft anzugehen. Van Munster: „Vor allem in Zeiten wie diesen können solche Unternehmen von ungeahnten Möglichkeiten profitieren. Dazu gehört zum Beispiel die Videotelefonie, die derzeit angesichts der vielen Angestellten, die im Homeoffice arbeiten müssen, einen Höhenflug erlebt.“ Vor Ausbruch des Coronavirus kam die Technologie bereits vereinzelt zum Einsatz. Hauptsächlich sollten dadurch die CO₂-Emissionen und die Verkehrsbelastung verringert werden. „Mit seiner Videoanwendung Teams ist Microsoft einer der größten Akteure auf dem Markt. Es ist schön zu sehen, wie das Unternehmen mit der Herausforderung umgeht und gesellschaftliche Verantwortung übernimmt. Microsoft verlangt keine horrenden Preise für das Programm, sondern bietet für die ersten sechs Monate sogar eine kostenlose Nutzung an.“

Innovation

Portfoliomanager berücksichtigen auch, welchen Beitrag die Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens für die Gesellschaft leisten. Van Munster: „Der amerikanische Modekonzern TJX trägt seinen Teil zur Gesellschaft bei, indem er den Lagerüberschuss von Bekleidungsherstellern aufkauft und zu einem viel geringeren Preis wieder verkauft. So wird verhindert, dass nicht-verkaufte Bestände am Ende vernichtet werden.“ Große Modekonzerne wie Burberry und

Klimaauswirkungen von Milch

pro Liter	Wasserverbrauch (Liter)	CO ₂ -Emission (kg)
Milch	628	3.2
Mandelmilch	371	1.2
Reismilch	270	1
Hafermilch	48	0.9
Sojamilch	28	0.7

Quelle: Forschung Verringerung der Umweltauswirkungen von Lebensmitteln durch Produzenten und Verbraucher J. Poore und T. Nemecek, Wissenschaft, 2018 / Ergänzung Volkskrant ,2019

H&M könnten sich daran ein Beispiel nehmen – vor allem, nachdem sie dafür in Kritik geraten waren, überschüssige Kollektionen vernichtet zu haben, um einem Marktverkauf zu niedrigen Preisen vorzubeugen.

„Im IT-Sektor beobachten wir außerdem, wie Innovation zu einem nachhaltigen Effekt für Endbenutzer führen kann. Ein Beispiel dafür ist Cloud-Computing. Dabei werden Daten und Software nicht mehr lokal auf dem Server des Benutzers gespeichert, sondern an einer zentralen Stelle abgelegt. Mit effizienten Speichermethoden und Kühlungsrichtungen in spezialisierten Rechenzentren können ökologische Vorteile erzielt werden.“

Ausschluss

Der Fokus auf eine nachhaltige Produktion bringt auch mit sich, dass das Portfolio bestimmte Sektoren und Unternehmen ausschließt, da sie beispielsweise als eklatante Umweltsünder gelten. Zu den ausgeschlossenen Aktivitäten zählen Bergbau, umweltschädliche Ölförderung in der Arktis und Fracking (eine Methode zur Freisetzung von Schiefergas und -öl aus tiefen Erdschichten). Entsprechend dürfen solche Unternehmen, die die Prinzipien des UN Global Compact missachten und schwere Verstöße gegen Menschenrechte oder Umweltbestimmungen begehen, nicht in die nachhaltigen Anlageportfolios aufgenommen werden. Diese Ausschlüsse spiegeln unser Bestreben nach nachhaltigem Produktions- und Konsumverhalten wider.

Ist alles nachhaltig, wo nachhaltig draufsteht?

Wie können wir herausfinden, ob die Produkte, die wir kaufen, nachhaltig hergestellt wurden? Labels und Qualitätssiegel auf den Verpackungen liefern zwar einige Hinweise. Allerdings hält nicht jedes Label oder Qualitätssiegel, was es verspricht, erklärt Karin Bouwmeester, Sustainability Manager bei ABN AMRO MeesPierson. „Bei der Zusammenstellung unserer nachhaltigen Anlageportfolios nehmen wir daher alles ganz genau unter die Lupe.“

Better Life, Fairtrade, UTZ oder Oeko-Tex: Die Liste der Labels und Qualitätssiegel für nachhaltige Lebensmittel, Kleidung und Baustoffe scheint immer länger zu werden. Erkennen Sie einen Trend?

„Die Anzahl an nachhaltigen Labels und Qualitätssiegeln nimmt definitiv zu. Unternehmen agieren transparenter, was den Herstellungsprozess ihrer Produkte betrifft – eine erfreuliche Entwicklung, denn vor nicht allzu langer Zeit gab es nur wenige Informationen darüber. Ein verlässliches Qualitätssiegel zeigt den Verbrauchern direkt, wie nachhaltig ein Produkt ist oder ob bei der Herstellung Aspekte wie Tierwohl oder Umweltschutz beachtet wurden. Die Art und Weise, wie Unternehmen ihre Kunden darüber informieren, fließt in unsere Nachhaltigkeitsbewertungen der Portfolios ein.“

Zu welchen Erkenntnissen sind Sie gekommen?

„Nachhaltigkeit ist ein aktuelles Thema und zahlreiche Unternehmen gehen es aktiv an. Viele nehmen die Sache sehr ernst, aber bei anderen ist die Motivation vorrangig wirtschaftlicher Natur. Sie entwickeln ihre eigenen Labels lediglich, um auf den Nachhaltigkeitszug aufzuspringen. Manchmal befinden sich so viele Labels auf der Verpackung, dass es unübersichtlich wird. Das ist vor allem schade, da immer mehr Verbraucher zu nachhaltigen Produkten greifen.“

Woran erkennen Verbraucher und Investoren die Bedeutung der Labels und Qualitätssiegel?

„Zunächst muss zwischen Label und Qualitätssiegel unterschieden werden. Ein Qualitätssiegel ist eine objektive Auszeichnung von einer unabhängigen Institution.“



Beispielsweise unterstützt Fairtrade Menschen in Entwicklungsländern dabei, sich fest in der Handelskette zu positionieren – für faire Löhne und eine nachhaltige Zukunft. Aber Unternehmen versehen die Produkte auch oft mit ihren eigenen Labels und deren Bedeutung ist nicht immer ersichtlich. In solchen Fällen müssen die Verbraucher tief in die Materie eintauchen, um herauszufinden, welche Kriterien ein Produkt erfüllen muss, um das Label zu tragen – und das ist nicht immer so einfach.

Verbraucher können also nicht so einfach fundierte Entscheidungen treffen. Wie verhält sich das bei Investmentanalysten?

„Wenn Sie beim amerikanischen Kaffeekonzern Starbucks einen Kaffee bestellen, mag die Behauptung, die Kaffeebohnen stammten aus sozialverantwortlichen Quellen, vielleicht das Gewissen beruhigen. Um aber herauszufinden, was das wirklich bedeutet, bedarf es zusätzlicher Nachforschungen. Weiterführende Informationen finden sich beispielsweise auf der Website des Unternehmens. Der Kaffee wird von bekannten Qualitätssiegeln wie Fairtrade, Rainforest Alliance oder

UTZ nicht unterstützt. Unsere Recherchen haben allerdings ergeben, dass Starbucks sich seiner sozialen Verantwortung stellt und zwar deutlich mehr als andere Hersteller. Mit Sorge betrachten wir jedoch Unternehmen, die ihre eigenen Labels in einer Weise präsentieren, als handelte es sich um Qualitätssiegel. Dabei handelt es sich um das firmeneigene Label. Das kann der Verbraucher selbstverständlich nicht erahnen. Zwar sind diese Labels und Behauptungen nicht notwendigerweise ungerechtfertigt oder irreführend, aber ihre wahre Bedeutung bleibt oft unklar – sogar für unsere Investmentanalysten und Datenanbieter. Daher sollte immer geprüft werden, wie viel Nachhaltigkeit wirklich in den Behauptungen steckt.“

Die Anzahl an nachhaltigen Labels und Qualitätssiegeln nimmt weiterhin zu. Wie behalten Verbraucher und Investoren dabei den Überblick?

„Qualitätssiegel konzentrieren sich immer auf einen oder mehrere bestimmte Nachhaltigkeitsaspekte. Welche Bedeutung den verschiedenen Aspekten beigemessen wird, hängt vom jeweiligen Bereich ab.

Themen, die für den Modesektor wichtig sind, spielen in der Lebensmittelbranche nicht notwendigerweise eine genauso große Rolle. Zunächst sollte also betrachtet werden, welcher Aspekt – z. B. Tierwohl, Umwelt oder Gesellschaft – beim jeweiligen Qualitätssiegel im Fokus steht. Gesellschaftliche Themen beziehen sich dabei unter anderem auf gute Arbeitsbedingungen oder existenzsichernde Löhne für alle Arbeiter. Die Europäische Union besitzt mit dem Ecolabel ein eigenes Qualitätssiegel für die Auszeichnung von Waren oder Dienstleistungen, die über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg verschiedene Nachhaltigkeitskriterien erfüllen – von Rohstoffen und Energieverbrauch bis hin zu Schadstoffen und Abfall. Obwohl das Ecolabel bereits seit 1992 existiert, wird es erst seit 2016 zunehmend eingesetzt. Die Anzahl der Waren und Dienstleistungen, die dieses Siegel tragen, ist zwar in kurzer Zeit rasant gestiegen, dennoch ist das Ecolabel immer noch relativ unbekannt. Interessanterweise untersucht die Europäische Union, ob nicht auch für Finanzprodukte wie Investmentfonds ein Ecolabel entwickelt werden könnte.“

Ein vertrauenswürdigen Label oder Qualitätssiegel hebt nachhaltig produzierte Waren und Dienstleistungen von anderen ab. Das kann ein Sprungbrett für mehr Nachhaltigkeit sein. Ist davon schon etwas in der Praxis zu spüren?

„Verbraucher beziehen bei ihren Kaufentscheidungen auch Informationen zur Nachhaltigkeit ein. Darüber hinaus können nachhaltige Produkte als ‚Vorbilder‘ dienen und andere Hersteller ebenfalls dazu anregen, eine grüne Richtung einzuschlagen. Ein gutes Beispiel hierfür ist das

verpflichtende Energiesiegel für Wohnhäuser, das Hinweise zur Energieeffizienz von Immobilien liefert. So können die Käufer ihre Entscheidung auf Basis unabhängiger Informationen treffen. In anderen Bereichen gibt es mittlerweile ebenfalls Bemühungen, die entsprechenden Richtlinien nach diesem Schema anzupassen. Und mit einem verlässlichen Energiesiegel ist sogar oft eine Hypothek zu attraktiveren Konditionen möglich.“

Erläuterung der Nachhaltigkeitssiegel

Fairtrade – Qualitätssiegel für Produkte mit Inhaltsstoffen aus Entwicklungsländern, bei deren Herstellung die Umwelt und faire Löhne im Fokus stehen.

Rainforest Alliance – Qualitätssiegel für Produkte aus dem Regenwald. Der Fokus liegt auf den Arbeitsbedingungen sowie dem Umwelt- und Naturschutz.

UTZ – Qualitätssiegel für Produkte von Bauern, bei deren Herstellung die Arbeiter und die Umwelt im Fokus stehen.

EU Ecolabel – Umweltqualitätssiegel der Europäischen Union für Non-Food-Waren und Dienstleistungen, die über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg hohe Umweltstandards einhalten: von Rohstoffen und Energieverbrauch bis hin zu Schadstoffen und Abfall.

Oeko-Tex – Produkte mit Oeko-Tex-Label wie Kleidung und Stoffmöbel dürfen keine Rückstände von Pestiziden oder Schwermetallen wie Blei oder Cadmium aufweisen.

Berücksichtigen Sie Produktlabels und Qualitätssiegel auch bei der Auswahl individueller Unternehmen für das Portfolio?

„Ja, mithilfe dieser Labels und Siegel können wir die Unternehmen objektiver betrachten. Beispielsweise haben wir intern darüber gesprochen, ob die Kaffeebohnen von Starbucks wirklich aus nachhaltigem Anbau stammen. Gab es genügend Beweise für diese Behauptung? Neben unserer eigenen Expertise profitieren wir bei der Bewertung der einzelnen Faktoren auch von den Erkenntnissen spezialisierter Datenanbieter. Seit 2019 arbeiten wir mit einem neuen Datenanbieter: ISS verfügt über eine große Expertise bei der Bewertung von Unternehmen bezüglich der nachhaltigen Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals, SDGs). Dank dieser zusätzlichen Informationen erfahren wir deutlich mehr über die nachhaltigen Produkte der Unternehmen. Die niederländische Supermarktkette Albert Heijn (Teil von Ahold Delhaize) verkauft ihren Fisch nach eigenen Angaben unter den Nachhaltigkeitssiegeln von ASC (Aquaculture Stewardship Council) und MSC (Marine Stewardship Council). ISS überprüfte nun, wie viel Prozent davon wirklich zertifiziert sind – denn es macht natürlich einen großen Unterschied, ob alle Produkte nachhaltig produziert werden oder lediglich ein Zehntel. Es stellte sich heraus, dass 95 Prozent des verkauften Fisches bei Albert Heijn mittlerweile ASC- oder MSC-zertifiziert sind.“

Rund um den Globus bemühen sich Unternehmen um nachhaltigere Produktion. Gleichzeitig nimmt die Anzahl von Labels und Qualitätssiegeln zu. Wie können Sie all diese Informationen bei der Zusammenstellung der nachhaltigen Anlageportfolios nutzen?

„Zunächst behalten wir die relevanten Kooperationen und Vereinbarungen im Blick, die sich in den verschiedenen Branchen bilden. In den Niederlanden gibt es beispielsweise Vereinbarungen für die nachhaltige Produktion im Mode- und Lebensmittelbereich. Nichtregierungsorganisationen (NGOs) wie der WWF (World Wildlife Fund) und Oxfam Novib versorgen uns regelmäßig mit Berichten zu Themen wie Umweltverschmutzung, Existenzsicherung und Menschenhandel. Dank der Zusammenarbeit mit diesen Organisationen erkennen wir Missstände und fehlerhafte Praktiken, die wir sonst vielleicht übersehen hätten. Da jede NGO in einem anderen Bereich tätig ist, erweitern wir so konstant unser Wissen.“





Ideen für nachhaltige Aktienanlagen

Wir haben erneut eine Auswahl an nachhaltigen Unternehmen zusammengestellt. Jedes der Unternehmen unterscheidet sich von ähnlichen Anbietern durch Produkte und/oder Services, die positive Auswirkungen auf die nachhaltige Entwicklung entfalten. Die Unternehmen leisten daher einen Beitrag zur Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen. Auch bei den ESG-Themen Umwelt, Soziales und Governance schneiden die ausgewählten Unternehmen gut ab.

Änderungen

Wir haben zwei neue Ideen für alle, die sich für Investitionen in nachhaltige Unternehmen interessieren: Aedifica (Immobilien) und Danone (Lebensmittel). Die Profile der beiden Unternehmen werden unten kurz beschrieben. Für detailliertere Informationen zu diesen und anderen Unternehmen wenden Sie sich bitte an Ihren Berater.

Aedifica

Der belgische, börsennotierte REIT Aedifica (Real Estate Investment Trust) wurde 2005 gegründet und investiert in Wohnanlagen für pflegebedürftige Senioren,

also direkt in Immobilien. Gesundheitsimmobilien besitzen ein großes Wachstumspotenzial und werden von langfristigen demografischen Trends angetrieben (alternde Bevölkerung und steigende Lebenserwartung). Seit seinem Börsengang im Jahr 2006 konnte das Unternehmen sein Immobilienportfolio stetig erweitern. 2015 begann Aedifica, seine Flügel auch international auszubreiten. Neben Belgien erzielt Aedifica nun ebenfalls in Deutschland, den Niederlanden, Großbritannien, Finnland und Schweden Mieterträge. Das Unternehmen verkaufte seine Hotels im Sommer 2019, weswegen das Immobilienportfolio nun ausschließlich aus Pflegeheimen besteht. Aedifica ist gut positioniert und profitiert nicht

nur vom Ungleichgewicht von Angebot und Nachfrage auf dem Markt für Seniorenwohnungen, sondern auch vom Konsolidierungstrend in der Pflegeheimbranche.

Danone

Danone ist ein bekannter Hersteller von Milchprodukten und führend in puncto Nachhaltigkeit. Das französische Lebensmittelunternehmen erzielt einen großen Teil seines Umsatzes auf dem stark wachsenden Markt für gesunde Produkte – eine Strategie, die auf der Überzeugung basiert, dass die Gesundheit des Planeten und die der Menschen eng miteinander verknüpft sind. Danone hat sich der effizienten, nachhaltigen und verantwortungsbewussten Produktion verschrieben und schafft so auf bestmögliche Weise einen Mehrwert für Aktionäre wie Gesellschaft. Zur Förderung nachhaltiger Landwirtschaft müssen auch die Lieferanten die Umweltziele erreichen. Als Teil der

Unternehmenspolitik hat Danone alle Beziehungen zu Lieferanten beendet, die in die Abholzung von Wäldern involviert sind. Bei Danone geht Gesundheit vor allem auch mit gutem Geschmack einher, denn das Unternehmen möchte seine Produkte so attraktiv wie möglich gestalten. Danone ist in den Schwellenmärkten tätig, die als große Triebfeder für künftiges Wachstum angesehen werden.

Für mehr Informationen zu unseren Ideen für nachhaltige Investitionen wenden Sie sich bitte an Ihren Berater.

Anlageideen zu nachhaltig agierenden Unternehmen

Marketingmitteilung

Unternehmen	Thema	Sektor	Nachhaltigkeitsindikator ¹
Aedifica	Wohn- & Pflegeimmobilien	Immobilien	Gut
Alfen	Energiespeicherung	Industrie	-
Assa Abloy	Sicherheit	Industrie	Ausgezeichnet
BorgWarner	Energiespeicherung, erneuerbare Energie	Luxusgüter und Dienstleistungen	Gut
Danone	Gesundes Leben, Demographie	Konsumgüter	Gut
DSM, Koninklijke	Gesundes Leben, Demographie	Grundstoffe	Gut
Ecolab	Wasser	Grundstoffe	Durchschnittlich
First Solar	Erneuerbare Energie	Informationstechnologie	Gut
Geberit (new)	Wasser	Industrie	Ausgezeichnet
Johnson Controls	Energieeinsparung	Industrie	Gut
LKQ	Abfall und Recycling	Luxusgüter und Dienstleistungen	Ausgezeichnet
Novo Nordisk	Gesundes Leben, Demographie	Gesundheitswesen	Gut
Orsted	Erneuerbare Energie	Versorger	Gut
Pentair	Wasser	Industrie	Durchschnittlich
Siemens Gamesa	Erneuerbare Energie	Industrie	Gut
Sprouts Farmers Market	Gesundes Leben, Demographie	Konsumgüter	Gut
TJX Companies	Abfall und Recycling	Luxusgüter und Dienstleistungen	Ausgezeichnet
UnitedHealth Group	Gesundes Leben, Demographie	Gesundheitswesen	Gut
Vestas Wind Systems	Erneuerbare Energie	Industrie	Ausgezeichnet
Wolters Kluwer	Bildung	Industrie	Ausgezeichnet
Xylem	Wasser	Industrie	Gut

¹ Informationen zum Nachhaltigkeitsindikator entnehmen Sie bitte dem Disclaimer dieser Broschüre

Quellen: ABN AMRO Private Banking; Stand: 16. April 2020

Meinungen und Wertungen zu einzelnen Finanzinstrumenten sind als allgemeine Einschätzung und nicht als Anlageberatung zu verstehen. Sie berücksichtigen nicht die Geeignetheit für den einzelnen Anleger und können daher eine Anlageberatung nicht ersetzen.

Der Nachhaltigkeits-Scan für Ihr Portfolio

Wie nachhaltig sind Ihre Investments?

Der Nachhaltigkeits-Scan gibt einen Einblick in die Umwelt-, Sozial- und Governance-Bewertungen Ihrer Investitionen. Mit diesen Informationen sehen Sie auf einen Blick, welche Positionen in Ihrem Portfolio in Bezug auf Nachhaltigkeit im Vergleich zur Benchmark oder innerhalb eines Sektors gut oder schlecht abschneiden.

Ihr Berater kann Ihr Anlageportfolio scannen und eine transparente Übersicht für Ihr Portfolio erstellen.



Disclaimer

Diese Ausarbeitung stellt weder ein Angebot noch eine Beratung oder Aufforderung zum Kauf oder Verkauf irgendeiner Finanzanlage noch eine offizielle Bestätigung einer Transaktion dar, sondern dient ausschließlich der Information des Kunden. Der Kunden, an den sich diese Ausarbeitung richtet, ist Kunde im Sinne des § 67 WpHG.

Sofern in dieser Ausarbeitung Meinungen und Wertungen zu einzelnen Finanzinstrumenten oder Gruppen von Finanzinstrumenten abgegeben werden, so sind diese als allgemeine Einschätzung und nicht als Anlageberatung zu verstehen. Die genannten Meinungen und Wertungen berücksichtigen nicht die Geeignetheit für den einzelnen Anleger und können daher eine Anlageberatung nicht ersetzen.

Die Beurteilung eines Unternehmens über den sogenannten „Nachhaltigkeitsindikator“ erfolgt in den fünf Ausprägungen Ausgezeichnet, Gut, Durchschnittlich, Schwach und Sehr Schwach. Sie erfolgt anhand der Einstufung von Umweltorientierung (Environment), Sozialverhalten (Social) und verantwortungsvoller Unternehmensführung (Government) eines Unternehmens unter Berücksichtigung negativer Vorfälle (Controversies).

Zur Analyse werden Daten des Analyseunternehmens Sustainalytics einbezogen. Die Nachhaltigkeitsstufe berücksichtigt die Einstufung des Unternehmens in Abhängigkeit von der Industriegruppe, der Größe und dem Standort des Unternehmens. Unternehmen der obersten 25% im Ranking der Vergleichsgruppe erreichen die Beurteilungsstufe „Ausgezeichnet“. Unternehmen der niedrigsten 10% im Ranking der Vergleichsgruppe werden mit der Nachhaltigkeitsstufe „sehr schwach“ beurteilt.

Diese Ausarbeitung ist keine Finanzanalyse und unterliegt daher weder den gesetzlichen Anforderungen zur Gewährleistung der Unvoreingenommenheit von Finanzanalysen noch dem Verbot des Handelns vor der Veröffentlichung von Finanzanalysen. In der Vergangenheit erzielte Performance ist kein Indikator für zukünftige Entwicklungen. Diese Ausarbeitung gibt nur einen Überblick, bedarf der mündlichen Erläuterung und Ergänzung und ist nur in Verbindung mit dieser zu verwenden. Maßgeblich für die Abwägung von Chancen und Risiken und eine Entscheidung über ein Investment sind allein der jeweilige Verkaufsprospekt und die Berichte des Emittenten, die dem Kunden bei der Bethmann Bank AG, Mainzer Landstraße 1, 60329 Frankfurt am Main, zur Verfügung gestellt werden können. Auch wenn die in dieser Ausarbeitung gegebenen Informationen aus Quellen stammen, die die Bethmann Bank AG für verlässlich hält, übernimmt die Bethmann Bank AG keine Gewähr für die Richtigkeit, Aktualität und/ oder Vollständigkeit der Informationen und Schlussfolgerungen dieser Ausarbeitung. Da solche Informationen naturgemäß ständigen Veränderungen unterliegen, können durch die Bethmann Bank AG jederzeit und ohne vorherige Ankündigung Änderungen vorgenommen werden. Zur Mitteilung einer solchen Änderung ist die Bethmann Bank AG nicht verpflichtet. Alle genannten Preise und Kurse geben diejenigen zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Ausarbeitung wieder und können sich jederzeit ändern.

Rechtliche und steuerliche Aussagen sind nicht als Zusicherung für den Eintritt einer bestimmten rechtlichen oder steuerliche Folge zu verstehen. Insbesondere die steuerliche Behandlung ist abhängig von den persönlichen Verhältnissen des Kunden und kann

künftigen Änderungen unterworfen sein, die auch rückwirkend gelten können. Anleger sollten sich vor dem Erwerb eines in diese Ausarbeitung genannten Finanzinstrumente eine Beratung zur Kapitalanlage sowie zu ihrer steuerlichen und rechtlichen Situation einholen, um die individuelle Eignung des zu erwerbenden Finanzinstruments (insbesondere in Bezug auf die Risikohaltigkeit) zu prüfen.

Dieser Disclaimer gilt unabhängig vom Format der Ausarbeitung (online/Print). Diese Ausarbeitung darf weder fotokopiert noch in anderer Art und Weise ohne die vorherige Zustimmung der Bethmann Bank AG vervielfältigt werden. Die Informationen in dieser Ausarbeitung richten sich ausschließlich an Anleger in Deutschland, die nicht US-Personen sind bzw. keinen Wohnsitz in den USA haben.

Verantwortlich: Reinhard Pfungsten
Herausgeber: Bethmann Bank AG,
Frankfurt am Main
Stand: Juni 2020
Alle Rechte vorbehalten.

Alle Rechte vorbehalten.

Berlin

Nürnberger Straße 14–15
10789 Berlin
Telefon +49 30 88461 - 0

Bremen

Contrescarpe 75a
28195 Bremen
Telefon +49 421 64922 - 0

Dortmund

Hansastraße 59
44137 Dortmund
Telefon +49 231 5419 - 0

Düsseldorf

Königsallee 2c
40212 Düsseldorf
Telefon +49 211 8770 - 0

Frankfurt

Mainzer Landstraße 1
60329 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 2177 - 0

Hamburg

Harvestehuder Weg 8
20148 Hamburg
Telefon +49 40 30808 - 0

Hannover

Aegidientorplatz 2a
30159 Hannover
Telefon +49 511 44988 - 0

Köln

Gereonstraße 15–23
50670 Köln
Telefon +49 221 1624 - 0

Mannheim

Friedrichsplatz 1
68165 Mannheim
Telefon +49 621 397245 - 0

München

Promenadeplatz 9
80333 München
Telefon +49 89 23699 - 0

Nürnberg

Karl-Grillenberger-Straße 3
90402 Nürnberg
Telefon +49 911 234248-0

Stuttgart

Richard-Wagner-Straße 44
70184 Stuttgart
Telefon +49 711 305843 - 0

Würzburg

Landsteinerstraße 4
97074 Würzburg
Telefon +49 931 359440 - 0

Die Produktion unseres Magazins gestalten wir klimaneutral,
indem wir die durch den Druck entstehenden CO₂-Emissionen ausgleichen.

