

## **Impact Investments - ein Beratungsscheck bei Luxemburger Banken**

Ergebnisse und Implikationen eines Mystery  
Shoppings

Luxemburg, 25.10.2023





- 1** | Methodik
- 2** | Beratungsqualität
- 3** | Produktqualität
- 4** | Implikationen





# 1

---

## Methodik

### Mystery Shopping



# Mystery Shopping

## Methodology Overview

### Mystery Shopping im August und September 2023

- 15 Mystery Shopper
- 22 Beratungsgespräche
- in verschiedenen Filialen von fünf Finanzinstituten, darunter:
  - Banque Internationale à Luxembourg
  - Banque et Caisse d'Épargne de l'État (Spuerkeess)
  - Banque Raiffeisen
  - BGL BNP Paribas
  - ING Groep

**Mystery Shopping** ist ein Marktforschungsinstrument:

Testkund:innen bzw. Testkäufer:innen, die sich als solche nicht zu erkennen geben (*Mystery Shopper*), nehmen im Auftrag von Unternehmen oder Marktforschungsinstituten Testkäufe vor oder prüfen Serviceangebote, z.B. Beratungsdienstleistungen.

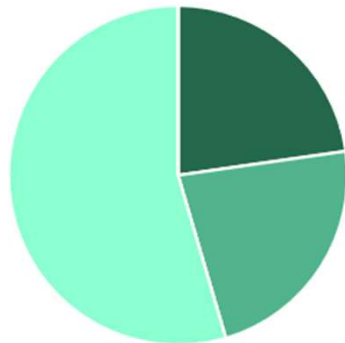


# Mystery Shopping

## Eigenschaften der Mystery Shopper

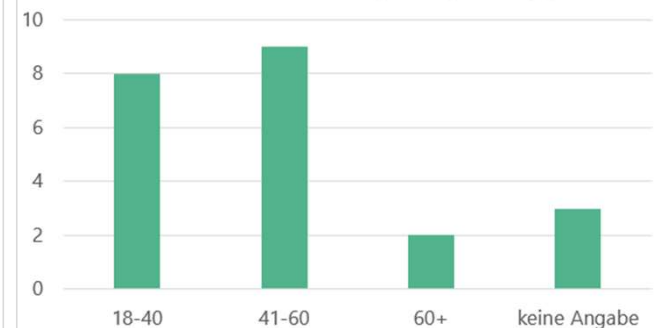


Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse bzgl. Kapitalanlagen im Allgemeinen ein? Bitte wählen Sie die für Sie am ehesten passende Antwort aus.

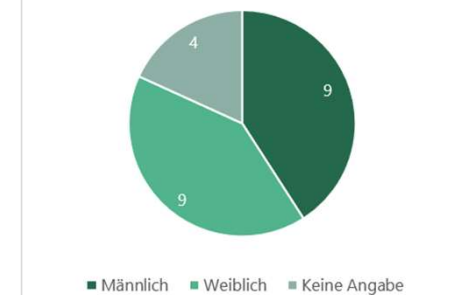


- Ich investiere regelmäßig in Kapitalanlagen und kenne mich mit den Finanzmärkten sehr gut aus.
- Ich habe erste Kapitalanlagen getätigt und kenne mich mit den Finanzmärkten gut aus.
- Ich habe noch nicht in Kapitalanlagen investiert und mich noch wenig mit Finanzmärkten beschäftigt.
- Ich habe noch nicht in Kapitalanlagen investiert und habe mich noch gar nicht mit den Finanzmärkten beschäftigt.

Altersstruktur der Mystery Shopper



Geschlechterverteilung der Mystery Shopper



# Mystery Shopping

## Überblick – Ziele, Vorgehen und Ergebnisse



### Ziele:

- Bewertung der Beratungsqualität zu Investitionen mit positiven sozialen oder ökologischen Impact
- Bewertung der Nachhaltigkeit von Kapitalanlageprodukten, die als wirkungsvoll beworben werden



### Vorgehen:

- Durchführung eines Mystery Shoppings bei verschiedenen Finanzinstituten
- Befragung der Mystery Shopper mittels eines Online-Fragebogens und Sammlung der erhaltenen Produktvorschläge
- Bewertung der Produktqualität



### Ergebnisse:

- Qualitative Bewertung der Beratungsqualität aus der Sicht des Kunden
- Qualitative Bewertung der Produktqualität aus der Sicht eines Experten





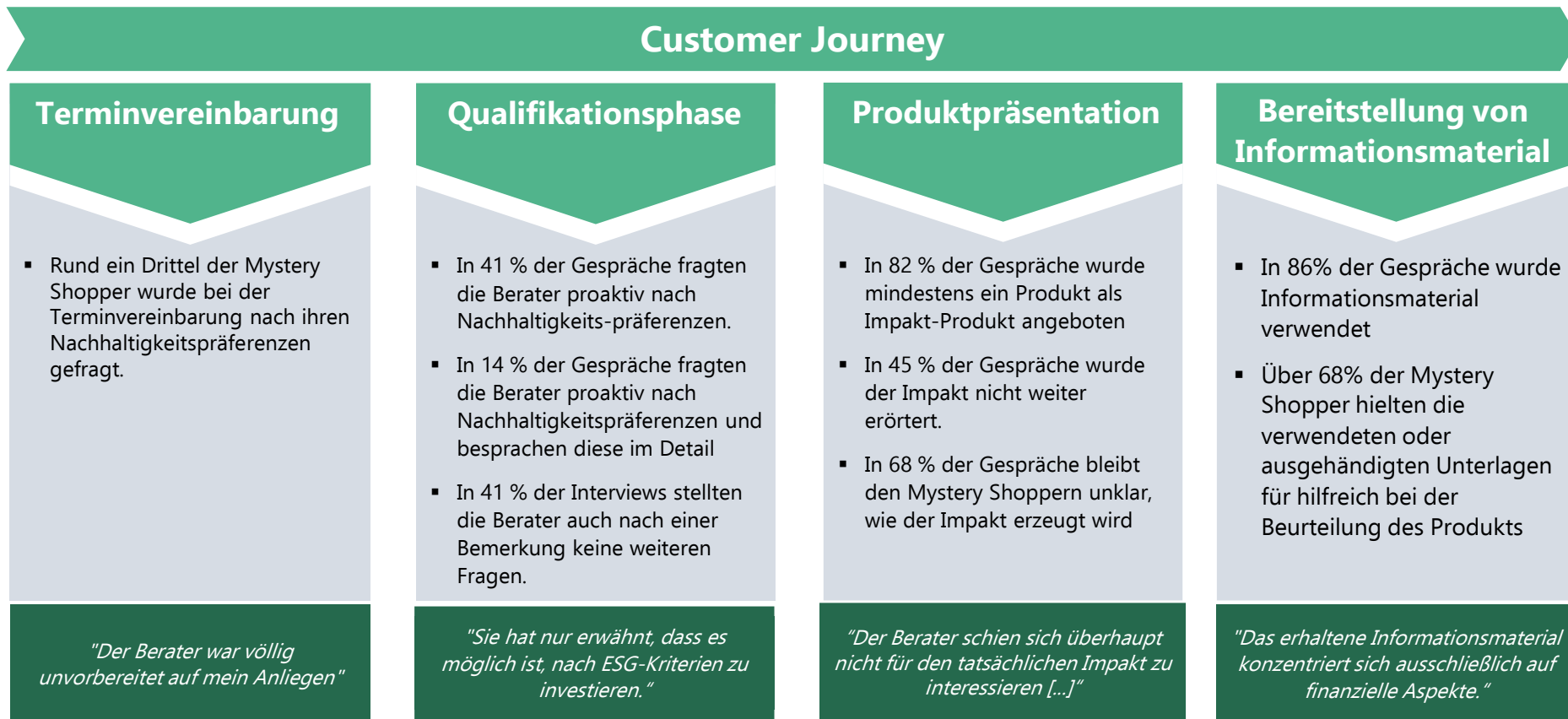
# 2

## Beratungsqualität



# Bewertung der Beratungsqualität

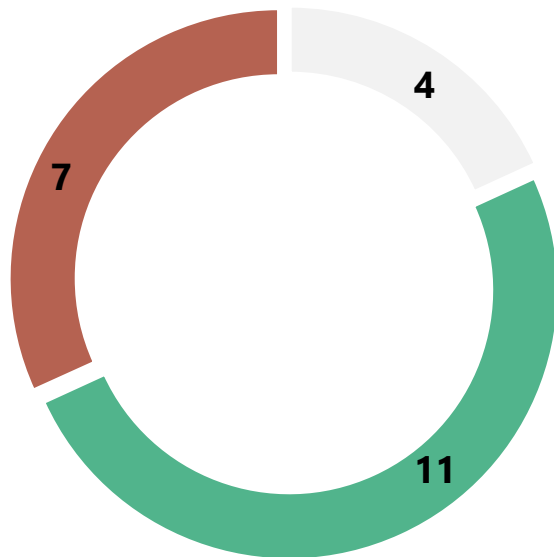
## Ergebnisse entlang der Customer Journey





# Bewertung der Beratungsqualität

## Produktpräsentation



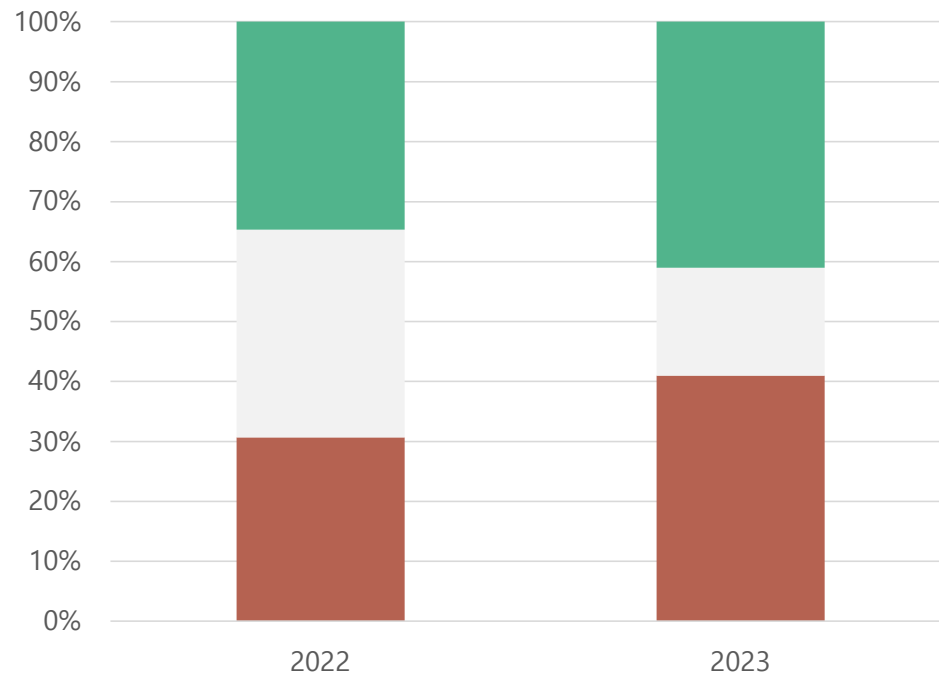
- Angebot von anderen oder keinen Fonds
- Angebot von "echten" Impakt-Fonds
- Angebot von anderen Fonds, die als Impakt-Fonds vermarktet wurden

- 18 von 22 Mystery Shoppern gaben an, ein Impaktprodukt angeboten bekommen zu haben.
- Nur 11 dieser 18 Produkte konnten als intendierte Impaktprodukte bestätigt werden.

**Bei jedem dritten Mystery Shopping wurde ein Produkt als Impaktprodukt vermarktet, das nicht das Investitionsziel hat, einen Impakt zu erzielen.**

# Bewertung der Beratungsqualität

## Vergleich mit Mystery Shopping 2022 - Qualifikationsphase



■ % der Shopper, die proaktiv nach ihren Nachhaltigkeitspräferenzen gefragt wurden

■ % der Shopper, die nach einem Hinweis zu ihren Nachhaltigkeitspräferenzen befragt wurden

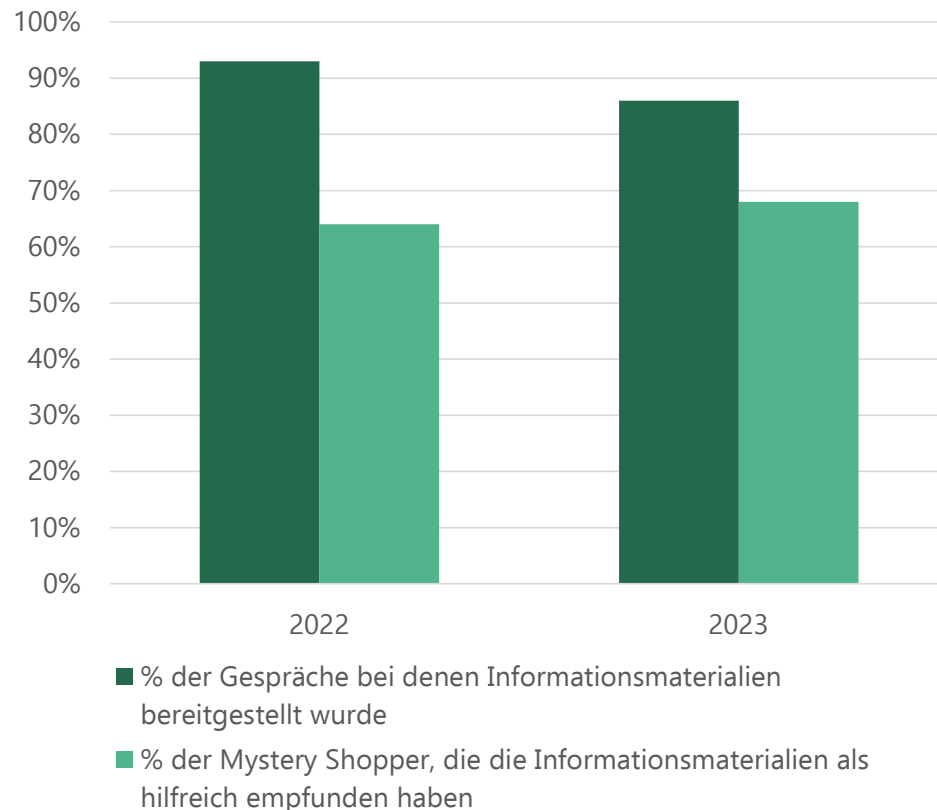
■ % der Shopper, die nach einem Hinweis nicht zu ihren Nachhaltigkeitspräferenzen befragt wurden

### Keine Steigerung der Beratungsqualität in der Qualifizierungsphase im Vergleich zu 2022

- Gestiegener Anteil der Mystery Shopper, die auch nach einem Hinweis nicht nach ihren Nachhaltigkeitspräferenzen gefragt wurden
- Anteil der Mystery Shopper, die proaktiv nach ihren Nachhaltigkeitspräferenzen gefragt wurden, stieg leicht von 35 % im Jahr 2022 auf 41 % im Jahr 2023

# Bewertung der Beratungsqualität

## Vergleich mit Mystery Shopping 2022 - Bereitstellung von Informationen



### Anstieg der wahrgenommenen Nützlichkeit der Informationsmaterialien im Vergleich zu 2022

- Geringerer Anteil der Gespräche enthielt unterstützendes Informationsmaterial, das den Mystery Shoppern ausgehändigt wurde.
- Höherer Anteil an Mystery Shoppern, die das Material als hilfreich für eine Investitionsentscheidung empfanden





# Bewertung der Beratungsqualität

## Fazit

**Erhebliche Defizite wurden bei der Beratung zu Investitionen mit positiven sozialen oder ökologischen Impact festgestellt.**

- Keine gezielte Zuweisung von Kunden zu Bankberatern mit Expertise im Bereich Nachhaltigkeit
- Die gesetzlichen Anforderungen an die Geeignetheitsprüfung sind noch lange nicht erfüllt
- Fehlende Beratungskompetenz bei Investitionen mit positiven sozialen oder ökologischen Impact
- Zwei Drittel der Mystery Shopper fühlen sich nicht in der Lage, entsprechend ihrer Präferenzen im Bereich Nachhaltigkeit zu investieren



**3**

**Produktqualität**





"Mit den beiden vorgeschlagenen Produkten können Sie sicher sein, dass Ihre Investition einen positiven Effekt und auch eine interessante Rendite haben wird."





# Bewertung der Produktqualität

## Überblick über die bewerteten Produkte

Bank	Fondanbieter	Produkt	ISIN
BGL BNP Paribas	BNP	BNP Paribas Climate Impact CI C	LU0406802339
BGL BNP Paribas	BNP	BNP Paribas Energy Transition C	LU0823414635
Banque Internationale à Luxembourg	BIL	Green Bond	XS2649200511
Banque Raiffeisen	Vontobel	Global Environmental Change	LU0384405600
Banque Raiffeisen	Triodos	Global Equities Impact Fund	LU0785617183
Banque Raiffeisen	Triodos	Impact Mixed Fund	LU0504302604
Banque Raiffeisen	Triodos	Impact Mixed Defensive	LU1956010893
Banque Raiffeisen	Investing for Development SICAV	Luxembourg Microfinance and Development Fund	LU1956010893

- 8 Fondsprodukte, die in 22 Mystery Shoppings als Impactprodukte angeboten wurden, wurden ausführlicher analysiert
- Wir überprüften die Informationen auf der Website sowie Informationen aus verschiedenen Dokumenten (z. B. KIID, Prospekt, Factsheets, Impactberichte, Richtlinien, Verkaufspräsentationen und andere Unterlagen)



# Investitionsprodukte mit Impact

## Klassifizierungssystem

Auf der Produktebene werden die Produktkategorien nach dem **Anlageziel**, den angewandten Pre- und Post-**Investmentstrategien** und dem Umfang der **Performancemessung** unterschieden.

Impact-generierend	Impact-kompatibel
Beitrag zu Umwelt- und Soziallösungen	Behandlung von ökologischen und sozialen Herausforderungen
Primärmarkt-Investitionen Mikrofinanz-Anlagen Klarer Fokus auf Engagement/Stimmrecht	Aktien- und Anleihenfonds auf dem Markt
Die Wesentlichkeit wird durch die Messung der <u>weiteren</u> Impakts gewährleistet, die durch die Investition entstehen oder erzielt werden.	Die Wesentlichkeit wird durch detaillierte Beschreibungen der bereits erzielten Ergebnisse gewährleistet (z. B. durch Benchmark-Analysen).



# Bewertungskriterien

## Impakt-generierende Investitionen – Top-Level-Anforderungen

	<b>Art der Investition</b>	Primärmarkt vs. Sekundärmarktinvestitionen
Technische Bewertungskriterien	<b>Geltungsbereich</b>	Die Nachhaltigkeitskriterien gelten für 100% des investierten Portfolios.
	<b>Netto-Impakt</b>	Es werden positive und negative Impakts auf das gesamte Investitionsportfolio analysiert.
	<b>Strategie Impaktgenerierung</b>	Spezifische Ziele sowie Maßnahmen zur Erreichung der Impaktziele werden erläutert.
	<b>Definition von Impakt</b>	Die Impakts der Investoren werden berichtet und sind als solche zu betrachten.
	<b>Impaktmechanismen</b>	Es werden "starke" Mechanismen genannt, durch die ein Impakt erzielt werden soll (z. B. Primärmarktinvestitionen).
	<b>Messbarkeit von Impakt</b>	Der Fonds erklärt auf logische, verständliche und kohärente Weise, wie der Impakt von Investoren messbar gemacht werden kann.
Kommunikation	<b>Transparenz</b>	Die Berichterstattung über die aktuelle Zielerreichung erfolgt in regelmäßigen Abständen (mindestens jährlich).
	<b>Werbung</b>	Die Werbeversprechen des Fondsanbieters/der Bank decken sich mit den Möglichkeiten einer generierbaren Wirkung der jeweiligen Finanzprodukte und auf diese wird bei der Berichterstattung über die Wirkungszielerreichung Bezug genommen.



# Bewertung der Produktqualität

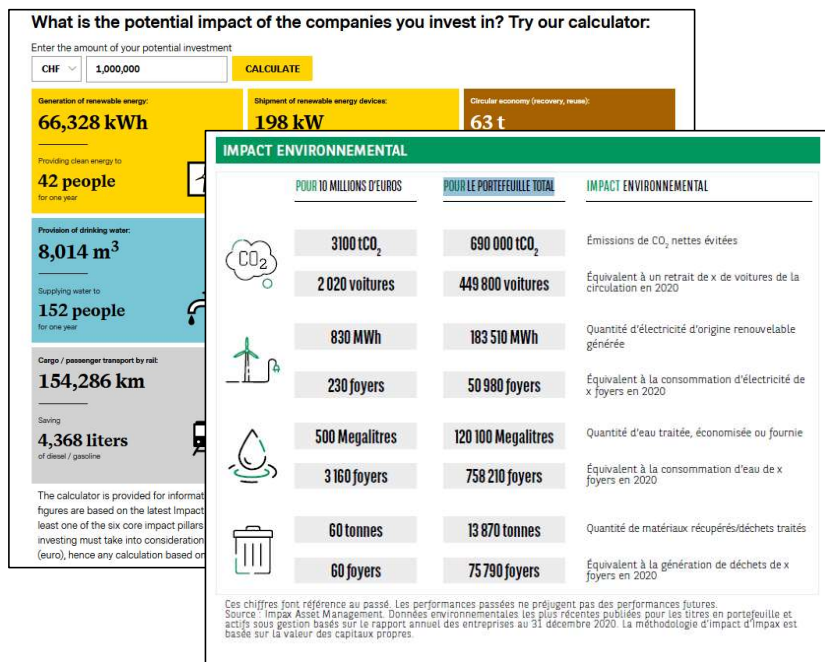
## Überblick der Ergebnisse



Finanzinstitut	Fondname	ISIN	Art der Investition	Geltungsbereich	Netto-Impakt	Strategie Impaktgenerierung	Definition von Impact	Impact-mechanismen	Messbarkeit von Impact	Transparenz	Werbung
Vontobel	Global Environmental Change	LU0384405600	Aktien	0	2	2	1	2	1	4	0
Triodos	Global Equities Impact Fund (KR cap)	LU1956010893	Aktien	3	1	2	1	2	1	4	1
Triodos	Impact Mized Fund (Neutral) (R-dis)	LU0504302604	Aktien und Anleihen	0	1	2	1	2	1	4	1
Triodos	Impact Mized Defensive (R cap)	LU1956010893	Aktien und Anleihen	0	1	2	1	2	1	3	1
BNP Paribas	Energy Transition (Classic C)	LU0823414635	Aktien	0	2	1	1	2	1	4	0
BNP Paribas	Climate Impact	LU0406802339	Aktien	1	1	1	1	2	1	4	0
Investing for Development SICAV	Luxembourg Microfinance and Development Fund (Share Class C)	LU0456967404	Investition am Primärmarkt	4	4	3	3	4	3	4	4
BIL	Green Bond	XS2649200511	Anleihe (IBO)	4	0	0	3	4	0	0	0

# Bewertung der Produktqualität

## Schwäche: Werbeversprechen



- Es sollte nicht suggeriert werden, dass die Investition eines Anlegers in einen Sekundärmarktfonds die Menschen mit sauberer Energie oder Trinkwasser versorgt.
- Es ist auch falsch zu behaupten, dass ein Anleger Emissionen vermeidet, wenn er in Fonds A im Vergleich zu Fonds B investiert.

**Fonds setzen sich rechtlichen Risiken aus, wenn sie nicht überprüfbare Wirkungsversprechen abgeben!**



# Bewertung der Produktqualität

## Fazit

**Mit den zur Verfügung stehenden Informationen ist es für die Kunden nach wie vor schwierig, die Ansätze von Investments mit Impact und den individuellen Beitrag (Investor Impact) zu verstehen**

- Die detaillierte Analyse ergab, dass, mit einer Ausnahme, Produkte als impact-generierend beworben wurden, während sie entweder die Impakts von Vermögenswerten verwechselten oder nur Engagement- und Abstimmungspraktiken ausübten
- Große Mängel bestehen bei der Art der Investition, da die meisten Produkte nur in Wertpapiere auf dem Sekundärmarkt investieren
  - nur eines der analysierten Produkte investierte direkt in die angestrebte Anlage auf dem Primärmarkt
- Regulatorische Aktivitäten wirken sich aus: Alle untersuchten Fonds berücksichtigen die prinzipiellen negativen Impakts und berichten über die (Vermögens-) Impakts in (halb-) jährlichen Berichten und Impactberichten
- Die Investition in Green Bonds der BIL wurde aus Sicht der Impact-Investoren als positiv betrachtet, da es sich um eine Erstemission handelte. Der Kauf dieser Anleihen auf dem Sekundärmarkt hätte zu einer niedrigeren Bewertung geführt.





# 4 **Implikationen**





# Implikationen

## Implikationen für Banken und Fondsanbieter

1. Luxemburger Banken müssen Mi-FID II konsequent umsetzen.
2. Luxemburger Banken sollten professionelle Expertise für die Beratung zu nachhaltigen Investments sicherstellen.
3. Banken sollten ihre Berater zu Impact-Produkten schulen, um falsche Versprechungen in Bezug auf den Impact für Kleinanleger zu vermeiden
4. Fondsanbieter sollten von Versprechungen bezüglich der Impakts ihrer Fonds absehen.
5. Fondsanbieter sollten über die positiven und negativen Impakts der Unternehmen in ihrem Anlageportfolio berichten.
6. Banken müssen transparente Kriterien für nachhaltige und klimafreundliche Finanzprodukte anwenden.





# Implikationen

## Implikationen für Regulierungsbehörden

1. Um „Impactwashing“ auf dem Markt zu verringern, sollten klare Leitlinien für die Werbung für Impact-Fonds festgelegt werden.
2. Finanzinstitute, die irreführende Informationen über die Impakts auf die Anleger verbreiten, sollten zunächst verwarnt und dann zur Unterlassung aufgefordert werden.
3. Es sollten zwei Kategorien von Impact-Investments definiert werden (Impact-generierend und Impact-kompatibel), und die auf dem Markt befindlichen Anlageprodukte sollten entsprechend kategorisiert werden
4. Fondsanbieter sollten verpflichtet werden, in ihren Impactberichten die Nettoauswirkungen darzustellen und somit auch über negative Impakts umfassend zu berichten.

**NEXTRA**   
**CONSULTING**

**VIELEN DANK**

---



# Ihre Kontaktperson



## **Dr. Martin Granzow**

Nextra Consulting GmbH

Mobil: +49 (0)176 40 22 65 15

[martin.granzow@nextra-consulting.com](mailto:martin.granzow@nextra-consulting.com)

<http://nextra-consulting.com/>