

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.

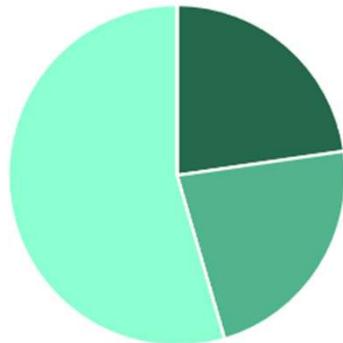


Mystery Shopping

Eigenschaften der Mystery Shopper

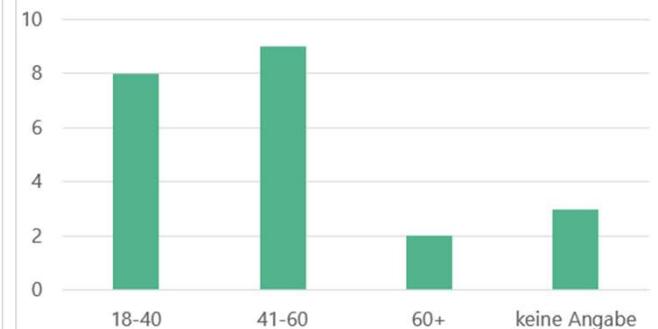


Wie schätzen Sie Ihre Kenntnisse bzgl. Kapitalanlagen im Allgemeinen ein? Bitte wählen Sie die für Sie am ehesten passende Antwort aus.

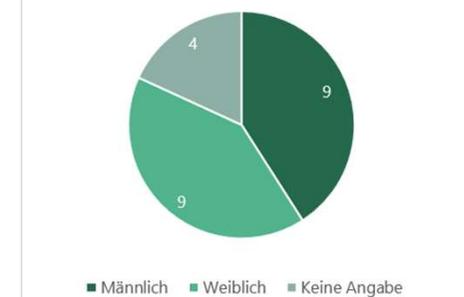


- Ich investiere regelmäßig in Kapitalanlagen und kenne mich mit den Finanzmärkten sehr gut aus.
- Ich habe erste Kapitalanlagen getätigt und kenne mich mit den Finanzmärkten gut aus.
- Ich habe noch nicht in Kapitalanlagen investiert und mich noch wenig mit Finanzmärkten beschäftigt.
- Ich habe noch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

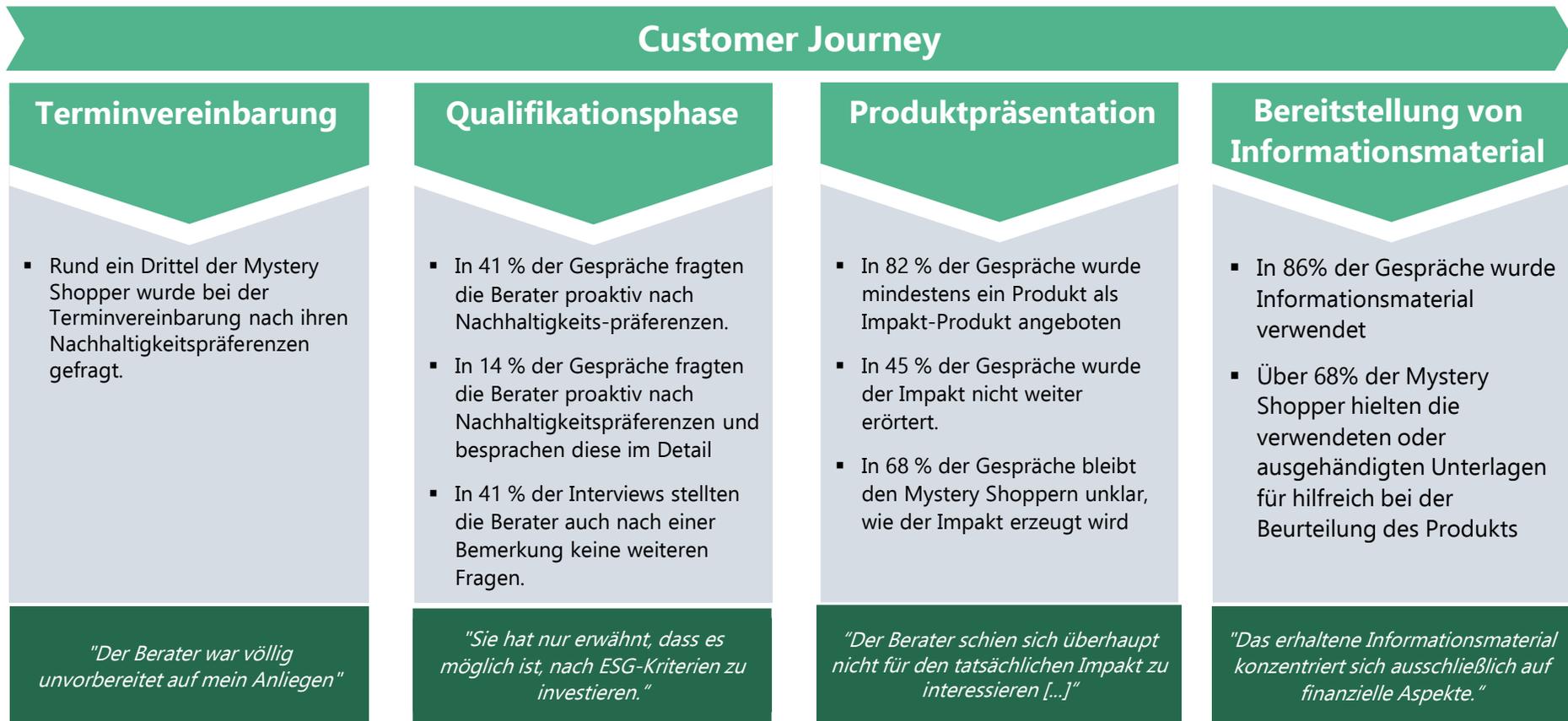
Beratungsqualität





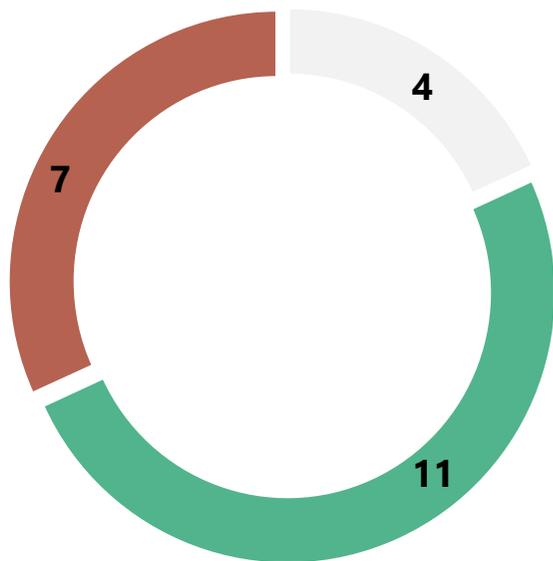
Bewertung der Beratungsqualität

Ergebnisse entlang der Customer Journey



Bewertung der Beratungsqualität

Produktpräsentation



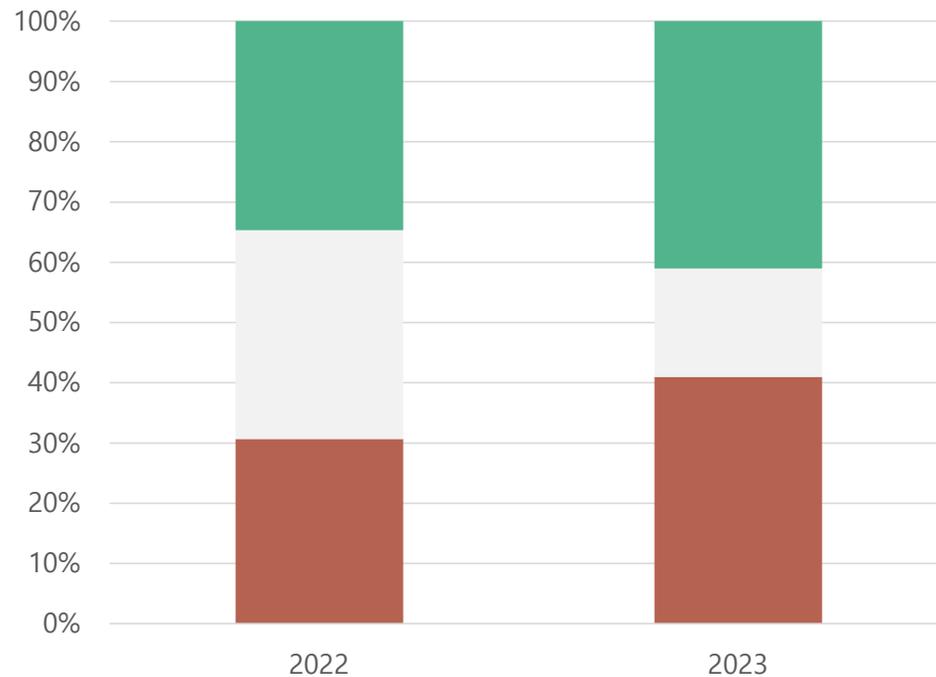
- Angebot von anderen oder keinen Fonds
- Angebot von "echten" Impakt-Fonds
- Angebot von anderen Fonds, die als Impakt-Fonds vermarktet wurden

- 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

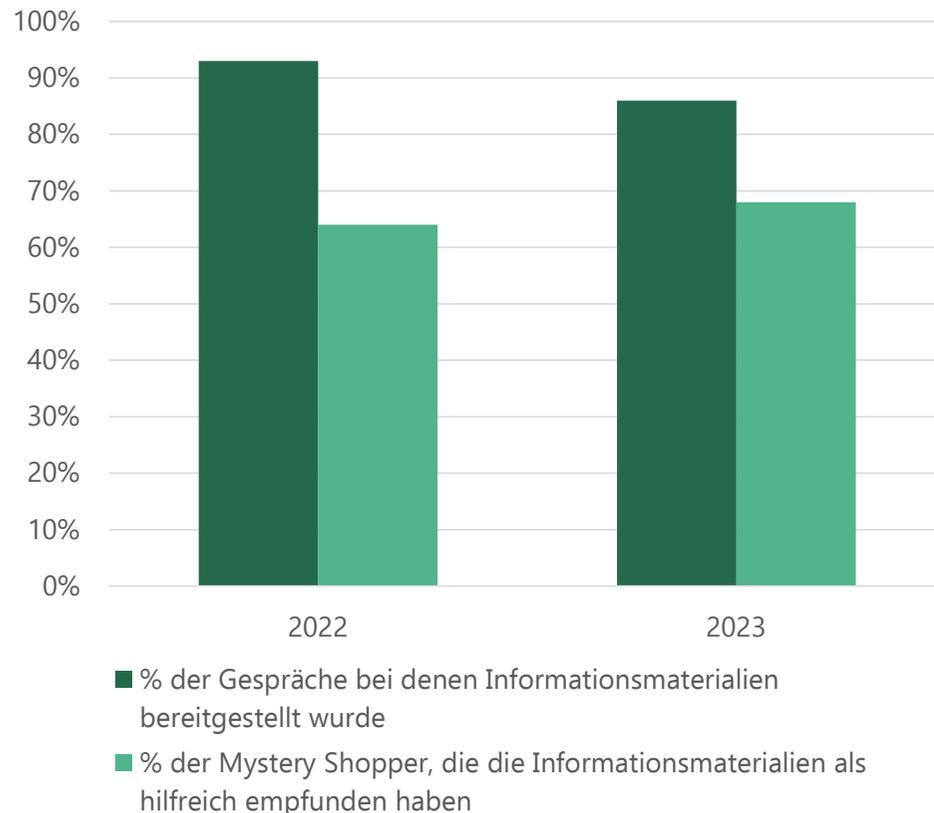
■ % der Shopper, die nach einem Hinweis nicht zu ihren Nachhaltigkeitspräferenzen befragt wurden

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

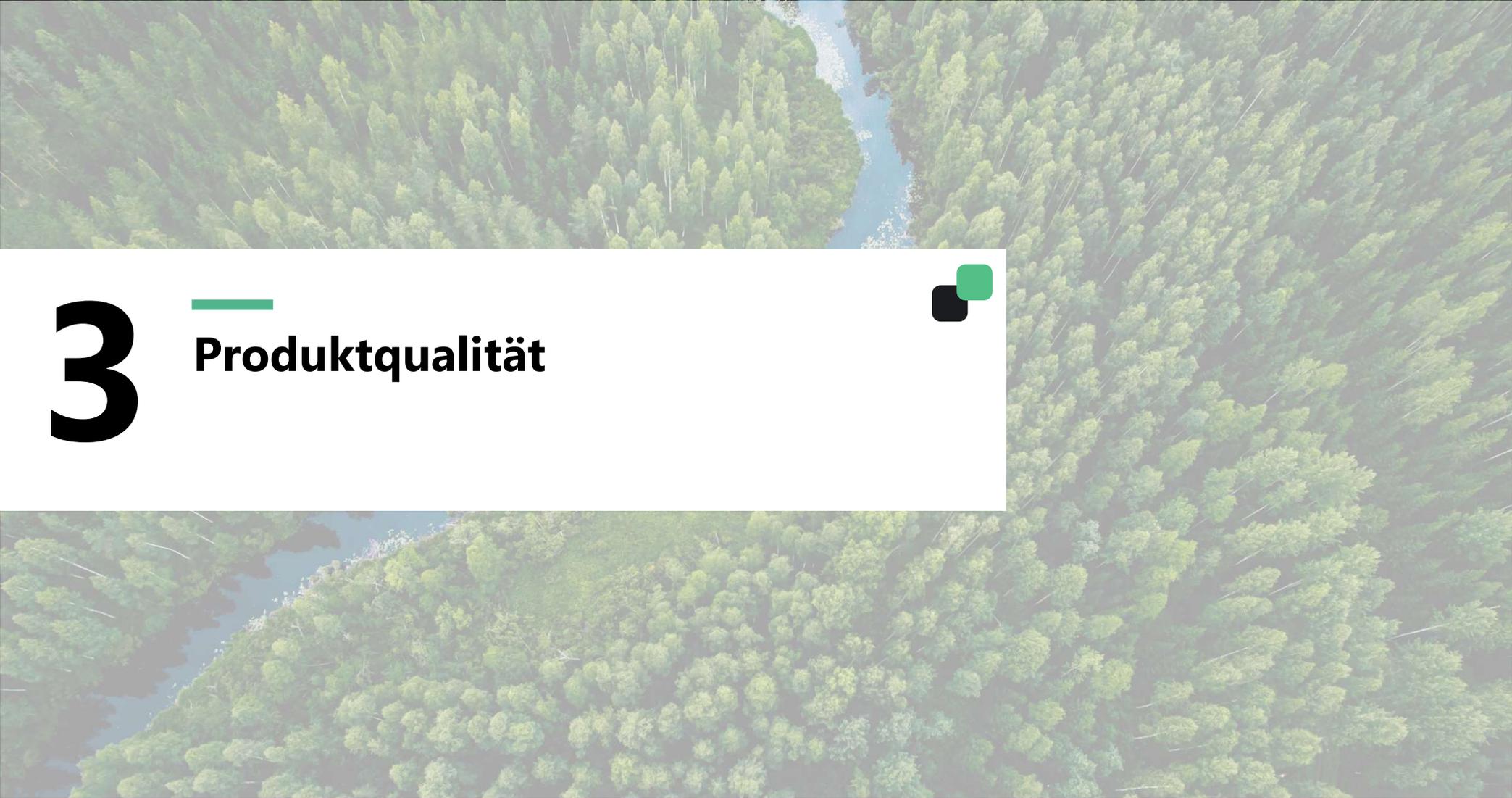


Bewertung der Beratungsqualität

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

| | | |
|--------------------------------|------------------------------------|---|
| | Art der Investition | Primärmarkt vs. Sekundärmarktinvestitionen |
| Technische Bewertungskriterien | Geltungsbereich | Die Nachhaltigkeitskriterien gelten für 100% des investierten Portfolios. |
| | Netto-Impakt | Es werden positive und negative Impakts auf das gesamte Investitionsportfolio analysiert. |
| | Strategie Impaktgenerierung | Spezifische Ziele sowie Maßnahmen zur Erreichung der Impaktziele werden erläutert. |
| | Definition von Impakt | Die Impakts der Investoren werden berichtet und sind als solche zu betrachten. |
| | Impaktmechanismen | Es werden "starke" Mechanismen genannt, durch die ein Impakt erzielt werden soll (z. B. Primärmarktinvestitionen). |
| | Messbarkeit von Impakt | Der Fonds erklärt auf logische, verständliche und kohärente Weise, wie der Impakt von Investoren messbar gemacht werden kann. |
| Kommunikation | Transparenz | Die Berichterstattung über die aktuelle Zielerreichung erfolgt in regelmäßigen Abständen (mindestens jährlich). |
| | Werbung | 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

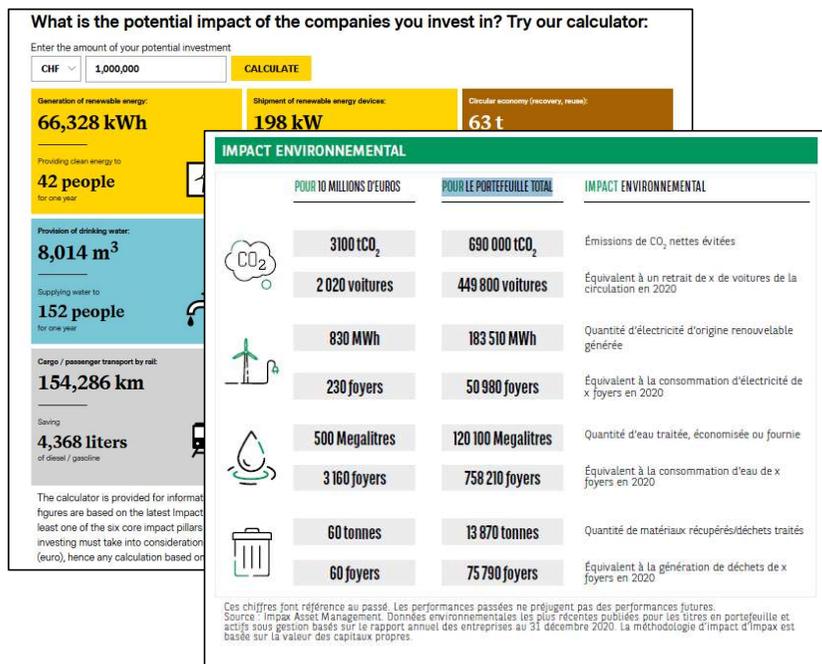
Überblick der Ergebnisse



| 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 Fondanbieter

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

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