

# Gemeinsam in einem Boot

Eine Bank kann nur langfristig erfolgreich sein, wenn die Kunden es auch sind

**Börsen-Zeitung, 3.6.2020**

In seinem 2019 veröffentlichten Marktbericht weist das Forum Nachhaltige Geldanlagen darauf hin, dass in Deutschland die „Summe nachhaltiger Geldanlagen mit 219 Mrd. Euro einen neuen Höchststand“ erreicht habe. Dominierten bislang eher Instrumente wie Green Bonds, haben im Jahr 2019 erstmals auch Kredite mit Nachhaltigkeitskomponente dynamisch zugelegt.



Von  
**Marco Schoneveld**

**Manager Trade  
Finance Services  
Corporate Sales sowie  
Sustainability  
Representative bei  
ING Wholesale Banking**

Diese positive Entwicklung gilt es in den nächsten Jahren zu verstetigen und zu stärken. Denn die Klimaziele von Paris aus dem Jahr 2015 müssen, trotz Corona, konsequent und zielstrebig umgesetzt werden. In diesem Zusammenhang kommt Unternehmensfinanzierungen, deren Konditionen an Nachhaltigkeitskriterien allgemein und an Klimaziele im Besonderen gebunden sind, eine besondere Bedeutung zu. Die Banken spielen hier eine Schlüsselrolle. Insbesondere müssen sie gut durchdachte und transparente Entscheidungen darüber treffen, wie, wo und mit wem sie Geschäfte machen – und welchem gesellschaftlichen Ziel diese Geschäfte dienen.

## Gefahr des Greenwashing

Zugleich wächst auf Unternehmensseite die Bereitschaft, Finanzierungsbedingungen vom Erfüllen von Nachhaltigkeitszielen abhängig zu machen. Angesichts eines sehr liquiden Kreditmarktes und jahrelanger Niedrigstzinsen kann es dennoch für manche Bank auf den ersten Blick nicht attraktiv sein, von Kreditnehmern strenge Nachhaltigkeitskriterien einzufordern, wenn diese woanders weniger anspruchsvolle Kriterien erhalten können. Denn das könnte Abschlüsse gefährden. Gerade große, namhafte Kreditnehmer

können durchaus einigen Druck auf Banken ausüben. So kommt es bei Konsortialkrediten für die Institute darauf an, durch attraktive Mandate auf den Auswahl-Ranglisten möglichst hoch eingestuft zu sein und sich damit die Chance auf die Gewinnung weiterer Mandate zu sichern.

Vor diesem Hintergrund kann die Versuchung für Banken stark sein, etwaigem Druck nachzugeben. Das Ergebnis besteht dann darin, dass der Kreditnehmer sich selbst KPIs (Key-Performance-Indikatoren) auswählt, die er ohne große Anstrengungen erfüllen kann, die aber nur eine sehr begrenzte Aussagekraft besitzen, ob er tatsächlich nachhaltig agiert. Ein solches Greenwashing ist dann komplett, wenn auch die Zertifizierung durch das Unternehmen selbst erfolgt.

Eine echte an Nachhaltigkeitskriterien gebundene Finanzierung verknüpft hingegen unternehmerische und gesellschaftliche Verantwortung strukturell miteinander. Banken steht dafür ein ganzes Instrumentarium von international anerkannten Prinzipien zur Verfügung. Hier sind besonders die Sustainability Linked Loan Principles zu nennen. Darin definiert die Loan Market Association (LMA), eine Interessenvertretung zahlreicher Akteure im Finanzbereich, die Kernprinzipien für eine solche Kreditvergabe. Insbesondere wird die Verankerung der Nachhaltigkeitsphilosophie des Kreditnehmers als Voraussetzung für seinen geschäftlichen Erfolg genau festgelegt. Er ist nicht nur aufgefördert, dem Kreditgeber seine ESG-Ziele (Environment, Social, Governance), wie sie in seiner Nachhaltigkeitsstrategie niedergelegt sind, offenzulegen. Er soll auch darlegen, wie die von ihm als Messkriterien für die Finanzierungsbedingungen festgelegten sogenannten SPTs (Sustainability Performance Targets) mit dieser Strategie zusammenhängen und wie sie als Ganzes wiederum auf die übergeordnete Unternehmensstrategie einzahlen.

Bei der Definition der SPTs empfiehlt sich ein Vorgehen nach dem Smart-Prinzip (spezifisch, messbar, ambitioniert, realistisch und termingebunden). Es werden quantifizier-

bare KPIs definiert, welche spezifisch auf das Unternehmen und seine Situation eingehen. Sie müssen von einem klar festgelegten Status quo ausgehen beziehungsweise einen Zielwert anstreben, der objektiv prüfbar ist. Zudem dürfen sie noch nicht erreicht und müssen zugleich ehrgeizig sein, auf die Nachhaltigkeitsstrategie des Unternehmens einzahlen und über bestehende gesetzliche Regelungen und Vorschriften hinausgehen. Bei der Festlegung der KPIs kommt es auf eine Zielarchitektur an, bei der kurzfristige Ziele sinnvoll mit den langfristigen korrespondieren und Laufzeit sowie Ausrichtung der Finanzierung angemessen berücksichtigt werden. Diese Ziele werden in einem engen Dialog zwischen Kreditgeber und Kreditnehmer festgelegt.

## Lieferketten einbeziehen

Als Alternative bietet es sich an, im Rahmen von Sustainability Rating/ESG Score Linked Loans, auf unabhängige Ratingagenturen zurückzugreifen, zum Beispiel Oekom Research, Eco Vadis oder Sustainalytics. Diese Agenturen erstellen zu Beginn der Finanzierung ein ESG-Rating und überprüfen die Fortschritte im Rahmen eines jährlichen Ratings.

Lieferketten müssen zwingend einbezogen werden. Ein Unternehmen kann nur nachhaltig sein, wenn seine Lieferkette dies ebenfalls von Beginn an ist, angefangen bei den Umwelt-, Lebens- und Arbeitsbedingungen der Rohstofflieferanten. So kann ein Unternehmen in Deutschland klimaneutral Schokolade produzieren. Wenn aber die Kakobauern in Afrika mit Sklaven arbeiten oder selbst nicht genug verdienen, um leben zu können, kann weder das Unternehmen noch sein Produkt als nachhaltig eingestuft werden. Das Beispiel zeigt: Es kommt entscheidend darauf an, für jeden einzelnen der drei nachhaltigkeitsbezogenen Verantwortungsbereiche von Unternehmen Environment, Social und Governance klare Kriterien und Ziele zu definieren.

Naturngemäß kann es dabei zu Zielkonflikten kommen: So ist es positiv zu bewerten, wenn ein Autohersteller auf Elektroantriebe setzt. Für eine Entscheidung über das Maß der Nachhaltigkeit kommt es aber auch darauf an, unter welchen Bedingun-

gen die Rohstoffe für die Batterien gewonnen werden. Übrigens verfügen nachhaltig agierende Banken über klare Richtlinien, in Form einer Environmental and Social Risk Policy, an denen sie ihre Kreditentscheidungen ausrichten können, und veröffentlichen diese auch.

Von zentraler Bedeutung beim Aushandeln der Finanzierungsbedingungen ist jedoch eine objektive und verlässliche Nullmessung des initialen Nachhaltigkeitsstatus des Unternehmens zum Beginn der Zusammenarbeit. Diese Ausgangsbewertung muss durch einen neutralen Dritten, also einen externen Auditor, vorgenommen werden und darf zum Zeitpunkt der Finanzierungsvergabe nicht älter als sechs Monate sein.

## Im ureigenen Interesse

Banken und Unternehmen sitzen zusammen in einem Boot. Eine Bank kann nur langfristig erfolgreich sein, wenn ihre Kunden es auch sind. Die Kunden können nur erfolgreich sein, wenn sie ein zukunftsfähiges Geschäftsmodell entwickeln und pflegen.

Nur wer sein gesamtes Geschäftsmodell auf Nachhaltigkeit ausrichtet, schafft damit die Grundlage für nachhaltigen Erfolg, kann also langfristig am Markt bestehen. Unternehmen, die das – idealerweise sogar als First Mover – beweisen, haben viele Vorteile von dieser Strategie. Sie steigern ihre Reputation, verbreitern ihre Kundenbasis und sind attraktiver für Investoren. Auch reduzieren sie zum Beispiel durch einen niedrigeren Energieverbrauch ihre Kosten, wodurch sie rentabler werden. Die Bank belohnt ihr Verhalten zudem mit niedrigeren Zinsen und fördert so die Integration der Nachhaltigkeit mit den Finanzfunktionen des Kunden.

## Zusammenhänge zeigen

Es ist die Aufgabe einer Bank, den Entscheidern auf Unternehmensseite diese Zusammenhänge zu verdeutlichen. Und zwar im eigenen Interesse: Banken, die es schaffen, nachhaltige Unternehmen an sich zu binden, unterstützen ihr eigenes Geschäftsmodell und verbessern die Qualität ihres Kreditbuchs. Es gibt keinen Planeten B – und für Kreditinstitute kann es keinen Plan B in puncto Nachhaltigkeit geben.