
UNEP FI/VfU Roundtable 2018

Sustainable Finance Produkte & Dienstleistungen - ein Überblick

12.- 13. September 2018



Institut für
nachhaltige Kapitalanlagen

Produkte & Dienstleistungen

Der EU-Aktionsplan ist nicht der „Urknall“ der grünen Produktentwicklung

UNEP FI CEO Briefing

Financial institutions are starting to see the “top line”, money-making reality of delivering sustainability to corporate and retail clients. There’s nothing like a new, successful product or service roll-out to get a banker’s, insurer’s or asset manager’s blood flowing.

Products that gain traction in the market-place will delight clients, add value, build careers and boost the bonus pool. With a remarkable eco-Zeitgeist capturing the public and corporate imagination worldwide, financial institutions are rushing to market with new or re-packaged product and service offerings from green auto insurance to innovative pro-eco mortgages and new sustainability-backing investment funds.

UNEP FI North American Taskforce • October 2007

UNEP Finance Initiative
Innovative financing for sustainability

CEO briefing

A document of the UNEP FI North American Taskforce

Green Financial Products & Services:

Current State of Play and Future Opportunities

Financial institutions are starting to see the “top line”, money-making reality of delivering sustainability to corporate and retail clients. There’s nothing like a new, successful product or service roll-out to get a banker’s, insurer’s or asset manager’s blood flowing. Products that gain traction in the market-place will delight clients, add value, build careers and boost the bonus pool. With a remarkable eco-Zeitgeist capturing the public and corporate imagination worldwide, financial institutions are rushing to market with new or re-packaged product and service offerings from green auto insurance to innovative pro-eco mortgages and new sustainability-backing investment funds. UNEP Finance Initiative’s North American Task Force has taken a tour around the world of financial services to assess what’s in the market, what the key trends are, who’s innovating and what products and services are persuading clients to lend, buy, invest or insure. If you enjoy this CEO Briefing then be sure to download the full study from the UNEP FI website at www.unepfi.org.

The Case for Green Financial Products

While green financial product and service opportunities vary across sectors and markets, a business case for these items is gradually taking shape. Tangible benefits to green product/service development may include:

- Improved market share
- Increased profits
- Customer acquisition and loyalty
- Higher employee satisfaction and retention
- Reputational benefits (improved brand image)
- Positive media attention
- Environmental awareness and benefits
- Improved license to operate
- Strengthened relationships and partnerships with external stakeholders

Consumers are witnessing a flood of new financial products and services geared towards rewarding and/or stimulating environmentally-sustainable behavior and practices. No longer relegated to niche markets, these green financial offerings are appearing across all regions and banking sectors. The speed at which new products are being launched, along with the range of different product designs and features, has made it challenging for financial sector stakeholders to keep abreast of developments, along with their drivers and trends.

This briefing summarizes the findings of a more comprehensive UNEP FI study (download available at http://www.unepfi.org/fileadmin/documents/greenproducts_01.pdf), exploring currently available or proposed green financial products and services. The study’s scope includes the North American market and key international markets, with a focus on green financial product and service development in Europe, Australia and Japan. The full review and inventory of products leads to the identification of best practices, lessons learned and, as often as possible, factors that helped create successful (or failed) green financial products and services. This inventory and analysis, classified largely by sector, aims to provide North America’s financial community with a toolkit that can help financial institutions identify and evaluate environmental market opportunities that meet their business needs.

Produkte & Dienstleistungen

CEO Briefing „Green Financial Services & Products“

Retail Banking

- Green Mortgages
- Green Home Equity Loans
- Green Commercial Building Loans
- Green Car Loans
- Green (Credit) Cards

Asset Management

- Green Fiscal Funds
- Green Investment Funds
- Carbon Funds

Corporate & Investment Banking

- Green Project Finance
- Green Securitization
- Green Venture Capital & Private Equity
- Green Indices
- Carbon Commodities

Insurance

- Green Insurance
- Carbon Insurance

Was macht ein Produkt eigentlich zum grünen oder nachhaltigen Produkt?

Produkte & Dienstleistungen

Ansatzpunkte für eine grüne/nachhaltige Produktgestaltung

Anbieter

Nachhaltigkeitsqualität

Nachhaltigkeitsperformance des Anbieters der Produkte/Leistungen

Beispiel

- Betriebsmittelkredit einer Alternativbank
- Sparbriefe von Kirchenbanken

Produktgestaltung

Nachhaltigkeitsqualität

Integration von ESG-Kriterien in die Produktgestaltung

Beispiel

- ESG-Aktienfonds mit Ausschluss- und Positivkriterien
- ESG-Linked Loans, bei denen der Kreditzins an die Nachhaltigkeitsleistungen des Kreditnehmers gekoppelt ist

Mittelverwendung

Nachhaltigkeitsqualität

Verwendung von Mitteln, z. B. Krediten, für grüne/nachhaltige Projekte

Beispiel

- Finanzierung einer Windkraftanlage über einen konventionellen Kredit

Produkte & Dienstleistungen

Beispiel: Nachhaltige Kapitalanlagen

Anlageklasse	Anlagemöglichkeiten	Anlageangebot
Sparprodukte	Girokonto, Sparkonto, Tagesgeld bei „nachhaltigen Banken“	○○
Aktien & Corporates	Auswahl von Einzeltiteln auf Basis von Nachhaltigkeitsratings	○○○
Green & Social Bonds	Anleihen mit grüner oder sozialer Mittelverwendung; SPO & Zertifikate	○
Staatsanleihen	Auswahl von Einzeltiteln auf der Basis von Nachhaltigkeitsratings	○○○
Fonds	aktuell 435 Nachhaltigkeitsfonds in DE zum Vertrieb zugelassen	○○○
ETFs	aktuell nachhaltige 30 ETFs in DE zum Vertrieb zugelassen	○
Immobilien	nachhaltige Immobilienfonds und zertifizierte Einzelimmobilien	○
Infrastruktur	Investments in erneuerbare Energien und zugehörige Infrastruktur	○○
Private Equity / Debt	erste PE/PD-Fonds, die ESG-Kriterien nutzen	○
Forst / Boden	Angebot von zertifizierten Forstflächen (FSC, PEFC)	○
Rohstoffe	erste Goldmünzen/-barren mit Fair Trade-Zertifizierung	○

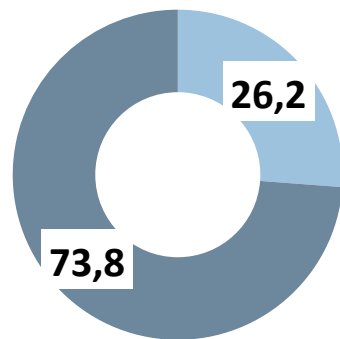
Nachhaltige Anleger müssen beim Produktangebot (fast) keine Abstriche mehr machen

Produkte & Dienstleistungen

Der Dreiklang der Wahrnehmung nachhaltiger Finanzprodukte

Bekanntheit

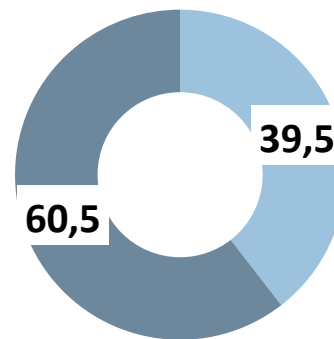
26,2% der Bundesbürger haben bereits von nachhaltigen Kapitalanlagen gehört.



■ ja ■ nein

Attraktivität

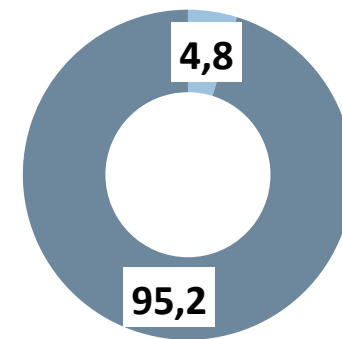
39,5% der Bundesbürger finden nachhaltige Kapitalanlagen attraktiv.



■ ja ■ nein

Aktion

Aber: Nur 4,8% der Bundesbürger haben bereits nachhaltig investiert



■ ja ■ nein

Quelle: GfK/NKI (2017): Nachhaltige Kapitalanlage bei Privatanlegern; n=1.694, in %

Produkte & Dienstleistungen

Beispiel: Versicherungen

Anbieter A

- nachhaltige Privat-Haftpflichtversicherung
- nachhaltige Hausratversicherung
- nachhaltige Unfallversicherung
- nachhaltige Auslandskrankenversicherung
- nachhaltige Krankenzusatzversicherung
- nachhaltige Hundehalterversicherung

Nachhaltigkeitskomponente:

- Berücksichtigung von ESG-Kriterien bei der Anlage der Versicherungsbeiträge

Anbieter B

- Haftpflichtversicherung
- Hausratversicherung
- Private Gebäudeversicherung
- Fahrradversicherung
- Unfallschutz
- Elektronikversicherung

Nachhaltigkeitskomponente:

- Berücksichtigung von ESG-Kriterien bei der Anlage der Versicherungsbeiträge
- Übernahme der Mehrkosten bei Schadensersatzleistungen mit öko-fairem Ersatz

Produkte & Dienstleistungen

Beispiel: Grüne / nachhaltige Finanzierungslösungen

Mittelverwendung

„Green Bonds sind alle Arten von Anleihen, deren Emissionserlöse ausschließlich zur anteiligen oder vollständigen Finanzierung oder Refinanzierung geeigneter grüner Projekte verwendet werden.“



„Green loans are any type of loan instrument made available exclusively to finance or re-finance, in whole or in part, new and/or existing eligible Green Projects.

Green Loan Principles

Supporting environmentally sustainable economic activity

Produktgestaltung

„The Sustainability improvement loan goes beyond the traditional concept of 'green', as it is specifically related to improvements in the borrower's overall sustainability rating, or ESG score.“

ING Wholesale Banking can help you with the

Sustainability improvement loan

A new generation of sustainability-linked loans is reshaping the market, putting more companies' green goals within reach.

Produkte & Dienstleistungen

Messen, wiegen, zählen – neue Herausforderungen für den Finanzbereich

ISS-oekom

oekom Sustainability
Solutions Assessment

Quantifizierung des positiven/negativen Beitrags von Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung und der Erreichung der SDGs

MSCI ESG

MSCI ESG Sustainable Impact
Metrics

Ermittlung des Umsatzanteils, den Unternehmen in Geschäftsfeldern machen, die positiv auf die SDG wirken

Vigeo Eiris

Sustainable Goods & Services
Analysis Tool

Identifikation von Unternehmen, „die durch ihre Produkte und Dienstleistungen Antworten auf die globalen Herausforderungen unserer Zeit haben“

- Schaffung einer Klassifikation für grüne / nachhaltige Produkte & Leistungen
- „Earmarking“ entsprechender Leistungen in den entsprechenden Systemen
- Auskunftsfähigkeit gegenüber ESG-Ratingagenturen und anderen Stakeholdern

Produkte & Dienstleistungen

Fazit

- 1 Der EU-Aktionsplan ist nicht der „Urknall“ der nachhaltigen Produktentwicklung – die ersten Umweltfonds gab es beispielsweise bereits vor 1990. In vielen Bereichen haben sie sich am Markt bisher nicht breit durchgesetzt. Warum eigentlich?
- 2 Die grüne / nachhaltige Qualität eines Produktes kann auf drei Säulen basieren – der grünen Qualität des Anbieters, der Berücksichtigung von ESG-Kriterien bei der Produktgestaltung und der grünen Verwendung der Mittel.
- 3 Für Kunden besteht die Herausforderung – auch deshalb – darin, die grüne bzw. nachhaltige Qualität eines Produkts einschätzen zu können. Wer oder was kann hier Orientierung bieten?
- 4 Für die Finanzwirtschaft ergeben sich neue Herausforderungen an die Erfassung & Dokumentation ihres grünen Leistungsangebots. Kunden, Stakeholder und Regulatoren werden wissen wollen, was Banken, Versicherungen und Vermögensverwalter konkret tun.