

## INVESTMENTFONDS

# Mehr als erneuerbare Energien

Investieren, um das menschliche Leben zu verbessern: Das ist Alfred Platows Credo, Gründer und Präsident der Ökoworld Lux S.A. Mit BANKMAGAZIN sprach er über Werte und beschrieb den Investmentprozess seines Hauses.

**BANKMAGAZIN:** Was verstehen Sie unter dem Begriff „Öko“?

**Platow:** Öko ist all das, was Sie mit Ökonomie und dem Reflektieren über Ökonomie in Verbindung bringen. Kapitalismus, ein anderer Begriff für Ökonomie, versteht sich im traditionellen Sinne als die Selbstaussbeutung des Menschen. Dabei geht es um die Frage: Wie kann ich aus der Arbeitskraft des Menschen das Beste herausholen? Führe ich diesen Gedanken konsequent weiter, führt er zu einer Ausbeutung der Erde, zum Beispiel ihrer Ressourcen. Ökologie ist für mich der Widerpart, aber auch der ideale Partner der Ökonomie. Ohne die Ökologie ginge das Ganze irgendwann zu Boden, zu Ende und unter. Ökologie ist quasi der Retter des kapitalistischen Wirtschaftssystems. Somit steht der Begriff „Öko“ in Ökoworld für den Einklang aus Ökonomie und Ökologie.

**BANKMAGAZIN:** Worauf achtet Ökoworld beim Investieren des Fondsvermögens genau?

**Platow:** Wir achten darauf, dass das Vermögen – aktuell etwa eine halbe Milliarde Euro – in Unternehmen fließt, die mit ihren Produkten oder ihrer Dienstleistung unser Fortbestehen, unsere Existenz fördern. Mit unserem Fonds Ökoworld Ökovation

Classic investieren wir zum Beispiel in einen Hersteller, der PVC-freie Hörgeräte produziert. Denn eine Hörhilfe trägt man direkt auf der Haut, und aufgrund der Körperwärme kann sich PVC lösen und in den Körper gelangen. Das ist selbstverständlich nicht gesund. Fast ein Viertel unserer Werte hat etwas mit Gesundheit zu tun. Auch das ist für uns Ökologie, nicht nur die regenerativen Energien. Wir verstehen unter Ökologie etwas, das den Menschen positiv beeinflusst und das menschliche Leben verbessert. Bei unseren Werten richten wir uns aber nicht nach traditionellen Standards. In den USA beispielsweise orientieren sich einige Anleger an dem Denken der Quäker und investieren nicht in Alkohol, Prostitution, Waffen, Tabak und Glücksspiel. Dieses Prinzip hat aber mit der wirklichen Betrachtungsweise von Werten für diesen Menschen nur bedingt etwas zu tun. Wir betrachten bei unserer Prüfung, ob wir in ein Unternehmen investieren, zum Beispiel das Thema Alkohol gar nicht. Wir finden Alkohol nicht menschenentwürdigend.

Aber wir betrachten ein Unternehmen von A bis Z. Wann es geht, besuchen wir Unternehmen, in die wir investiert sind. Wir haben 1992 damit begonnen und in diesen fast 20 Jahren

2.000 Unternehmen weltweit untersucht und halten den Kontakt zu den Firmen.

**BANKMAGAZIN:** Das Titel-Research klingt sehr aufwändig. Wie haben Sie das organisatorisch gelöst?

**Platow:** Wir haben einen völlig anderen Prozess als andere Kapitalanlagegesellschaften. Dort gibt es zum einen den Research- und Analyse-Bereich, zum anderen die Fondsmanager. Diese beiden Abteilungen haben aber wenig mit ökologischen Überlegungen und Entscheidungen zu tun. Deshalb haben wir von Anfang an Research und Analyse unter dem Gesichtspunkt Ökologie selbst gemacht, was ja die Werthaltigkeit unserer Gesellschaft ist, sozusagen unser Coca-Cola-Sirup. Außerdem haben wir für die Ökovation-Fonds und Ökotrend Bonds einen unabhängigen Anlageausschuss, seit 1992. Elf Menschen aus Politik, Wirtschaft, aus dem institutionellen und Hochschul-Bereich arbeiten darin ehrenamtlich an 14 Tagen des Jahres für uns. Die Mitglieder diskutieren jedes einzelne Unternehmen auf Basis wissenschaftlich ausgearbeiteter Vorlagen, die Dr. Karl-Heinz Brendgen mit seinem Ökoworld-SRI-Research-Team anfertigt, und entscheiden dann im Mehrheitsverhältnis, ob die Firma in unser

Investment-Universum aufgenommen wird oder nicht. In festen Intervallen werden die Unternehmen einem Update unterzogen. Der Anlageausschuss kann, sollte es Gründe dafür geben und sollten harte Ausschlusskriterien berührt werden, auch ad hoc über ein Unternehmen neu befinden. Mit dem richtigen Zeitpunkt für ein Investment beschäftigt sich in unserem Hause der Bereich Finanzanalyse und Portfoliomanagement. Das Team der hauseigenen Financial Researcher und das Ökoworld-Fondsmanagement übernehmen in Luxemburg innerhalb des vorgegebenen Anlageuniversums die Kapitalmarkt- und Finanzanalyse, die Titelselektion, die Portfoliokonstruktion sowie das Day-to-Day-Management. Die Portfoliomanager dürfen immer nur das kaufen, was ins Anlageuniversum aufgenommen und so als „okay“ bezeichnet wurde. Das macht den getrennten Investmentprozess aus, das besondere Ökoworld-Prinzip.

**BANKMAGAZIN:** Wie verbunden fühlt sich Ökoworld nachhaltig orientierten Banken?

**Platow:** Die GLS Bank ist einer unserer großen Kunden, mit ihr arbeiten wir seit 25 Jahren zusammen. Kunde bedeutet für uns Vermittler. Allerdings arbeitet die GLS Bank nach anthroposophischen Werten. Das tut Ökoworld nicht: Zwar gibt es ein Deckungsmuster, aber bei uns spielt der Glaube keine Rolle. Auch zur deutschen Filiale der Triodos Bank, die es seit zweieinhalb Jahren gibt, haben wir enge Kontakte. Die Umweltbank ist wie die GLS Bank ein sehr, sehr aktiver und guter Kunde der Ökoworld. Aber wollen Sie wissen, wer der größte Kunde ist?



Alfred Platow ist Gründer und Vorsitzender des Verwaltungsrats der Ökoworld Lux S.A., die eine Repräsentanz in Hilden bei Düsseldorf unterhält. Platow studierte ursprünglich Sozialwissenschaften. Der Ökoworld-Fonds „Ökovision Classic“ feierte am 2. Mai 2011 seinen 15. Geburtstag. Ökoworld ist eine Tochter der Versiko AG, deren Vorstandsvorsitzender ebenfalls Alfred Platow ist.

**BANKMAGAZIN:** Ja, gerne.

**Platow:** Der größte Kunde ist die ING-DiBa. Die ING-DiBa hat riesige Mengen an Ratensparverträgen. Das sehen wir an den monatlich immer wieder fast gleichmäßig sich steigenden Beträgen. Außerdem ist die Deutsche Bank hervorzuheben. Sie hat über Jahre für uns gearbeitet, ohne Provision. Im Jahr 2004 hat die Deutsche Bank in ihrer Quartalsmitteilung an die Bankkunden Werbung für unseren Fonds Ökovision gemacht. Das hat dazu geführt, dass die Mitarbeiter in den Deutsche-Bank-Filialen begonnen haben, Ökovision zu verkaufen. Mittlerweile haben wir natürlich eine Vertriebsvereinbarung mit der Deutschen Bank. Den Erfolg machen die Berater, die das Thema ansprechen: Wenn sie zum Beispiel bemerken, dass ihr Kunde Mediziner ist, der auch Akupunktur oder Homöopathie oder ähnliche Dinge anbietet. Dieser Kunde wird grundsätzlich auch aufgeschlossen gegenüber Ökoworld sein.

**BANKMAGAZIN:** Glauben Sie, dass sich das Anleger-Verhalten durch die jüngste Finanzkrise verändert hat bzw. verändern wird?

**Platow:** Nein, auch nicht durch Tschernobyl oder andere Katastrophen. Es gibt zwar Entsetzen, aber es gibt keine durchschlagende persönliche Betroffenheit. Niemand geht in seine Filiale, haut mit der Faust auf den Tisch und sagt: „Ich möchte jetzt meinen Fonds wechseln.“ Das passiert nur, wenn es um Leib und Leben geht. Vergangenes Jahr gab es aber für viele Menschen einen Grund zu überlegen, ob sie wirklich in Öl investieren wollen. In Großbritannien hat das BP-Desaster viele Rentner direkt am Geldbeutel getroffen. Nachhaltigkeit, wenn wir diesen Begriff jetzt doch einmal verwenden wollen, ist also auch aus Risiko-Gesichtspunkten ein Thema.

Und es ist extrem wichtig, dass die Bankberater diese Seite gegenüber dem Kunden aktiv ansprechen und Aufklärung sowie Prävention betreiben. Mit Unternehmen, die wie bei der Kapitalanlagegesellschaft Ökoworld in aller Konsequenz geprüft werden, bevor sie investiert werden, ist man als Anleger per se besser aufgehoben und vor bösen Überraschungen aufgrund so genannter „Nachhaltigkeitsfilter“ zur Risikosteuerung im Depot besser geschützt. ↙