

INTERVIEW MIT TORSTEN MÜLLER, GEBOREN IN HILDEN UND VORSTAND DER ÖKOWORLD AG

„Wenn Sie so wollen, ist der Mehrwert auch der Wohlfühlfaktor: Ein reines Gewissen!“

Die zunehmende Wahrnehmung von Fehlentwicklungen im sozialen, ökologischen und ökonomischen Gleichgewicht führt bei immer mehr Menschen bei der Altersvorsorge und Kapitalanlage zu einem Umdenkprozess. Ethisch-ökologische Investments verzeichnen entsprechend kontinuierlich ein steigendes Interesse.

Herr Müller, was ist der Mehrwert, wenn Anlegerinnen und Anleger heute ihrem Geld für Altersvorsorge und Investment eine ethische, soziale und ökologische Richtung geben?

TORSTEN MÜLLER Es ist eine logische Konsequenz, wenn man sich mit der Entwicklung der Menschheit, der Globalisierung, dem Klimawandel und unserer globalen Zukunft beschäftigt. Wir bieten Investmentfonds und Rentenversicherungen als konsequent nachhaltige Geldanlage. Nachhaltig im Sinne von „vorhaltig“, vorausschauend und somit zukunftsfähig. Mit den ÖKOWORLD-Fonds können Anlegerinnen und Anleger die für sich selbst wichtigsten Zukunftsthemen – wie zum Beispiel Bildung, Wasser, Gesundheit, Ernährung, Mobilität oder Energieeffizienz – wählen und so durch ihre eigene Geldanlage auch globale Prozesse mitgestalten. Unternehmen aus dem Umfeld Atomkraft, Kohle, Erdöl, Chlorchemie, offene Gentechnik, Militär bleiben strikt und zu 100 Prozent ausgeschlossen. Weitere feste Ausschlusskriterien sind Diskriminierung und natürlich Raubbau an Mensch und Natur. Wenn Sie so wollen, ist der Mehrwert auch der Wohlfühlfaktor: ein reines Gewissen.

Was macht die ÖKOWORLD AG einzigartig im Vergleich zu anderen Gesellschaften, die auch damit werben, die Geldanlage grün zu gestalten?

TORSTEN MÜLLER Seit unserer Gründung im Jahr 1975 in einer Garage in Hilden durch den Sozialarbeiter Alfred Plawow und den Mathematiker Klaus Odenthal bieten wir Menschen Lösungen für Vermögensaufbau, Altersvorsorge und Investment an. Die Investitionsziele unserer Rentenversicherungen und Investmentfonds werden von Experten auf ethischen Anspruch, Sozialverträglichkeit und ökologische Kriterien geprüft. Ob vorgeschlagene Aktien von Unternehmen überhaupt in das Anlageuniversum, das dem Fondsmanagement zur Verfügung steht, aufgenommen werden, entscheidet das hausinterne Nachhaltigkeitsresearch. Für den Ökoviision-Fonds beurteilt dies zusätzlich ein unabhängiger Anlageausschuss. Hier entscheiden Vertreterinnen und Vertreter von Umwelt- und sozialverträgliche Ökonomie. Dieser Prozess ist gleichermaßen glaubwürdig und bewährt.

Also wird erst geprüft und dann investiert?

TORSTEN MÜLLER Wenn Analysten und Idealisten einer Meinung sind, steigen wir ein. Die Unternehmen, die den harten Prüfprozess bestehen, werden einem Pool der möglichen Investitionsziele, dem Anlageuniversum, hinzugefügt. Die Finanzmarktanalysten und Fondsmanager berücksichtigen bei ihren Investmententscheidungen ausschließlich



Torsten Müller (links) mit Alfred Plawow, Vorstandsvorsitzender und Gründer der ÖKOWORLD AG. Beide leben und arbeiten in Hilden.

Aktien, die zugelassen wurden. Das macht unseren getrennten Investmentprozess durch diesen besonderen Nachhaltigkeitsfilter so vertrauenswürdig. Für Gewinn mit Sinn.

Kostet eine bewusste Geldanlage, wie von Ihnen beschrieben, auch Rendite?

TORSTEN MÜLLER Viele Menschen mag es überraschen: Vermögensbildung nach ökologisch-ethischen Grundsätzen hat nichts mit Gutmenschenum oder gar einer Verpflichtung zur Selbstaussbeutung zu tun. Es geht vielmehr um ein gesundes Gewinnstreben, verbunden mit bewusstem, verantwortlichen Handeln. Damit steht es eher im Gegensatz zur allgemeinen Gleichgültigkeit und Unkenntnis als im Gegensatz zum Ziel eines strategischen Vermögensaufbaus. Die von uns erzielten Renditen, die wir nach Abzug aller Kosten veröffentlichen, beweisen dies und erfreuen unsere Kunden

und Kunden. Auch in der Gesundheitskrise Corona haben sich unsere Fonds bewiesen und sind gestärkt durch die Krise gekommen.

Apropos Gesundheitskrise Corona. Sehen Sie eine generelle Veränderung des Bewusstseins bei Ihren Kundinnen und Kunden? Gibt es mehr Interesse an ethisch-ökologisch-sozialen Vorsorgelösungen in diesen Zeiten der Unsicherheit?

TORSTEN MÜLLER Ein gesteigertes Bewusstsein ist ganz klar zu erkennen. Natürlich macht uns diese Krise alle betroffen und ratlos zugleich. Aber wir müssen gemeinsam weitermachen und weiter unsere Zukunft gestalten. Wenn auch gebremst, in unserer Freiheit beschnitten durch die Pandemie. Corona bereitet Ängste und unruhige Gedanken, da wir aktuell den Lauf der Dinge nicht mehr gestalten und kontrollieren oder verbindlich planen können. Viele Existenzen sind bedroht.

Um das Vertrauen in die Zukunft nicht zu verlieren, müssen wir uns neu orientieren, vielleicht sogar in Teilen neu erfinden. Dazu passt auch eine Studie der Internetplattform Utopia für nachhaltigen Konsum zum Konsumverhalten, die mir aufgefallen ist. Mein Kollege Dr. Silvio Schmidt, der im Nachhaltigkeitsresearch der Ökoworld arbeitet, hat sich intensiver mit dem Thema beschäftigt und mir besonders ans Herz gelegt.

Meinen Sie, dass nachhaltiger Konsum immer mehr zu einer Frage der persönlichen Haltung wird?

TORSTEN MÜLLER Ja, daran glaube ich fest. Utopia hat ihre zweite Studie zum Konsumverhalten veröffentlicht. Die Studie untersucht die Einstellungen, Erwartungen und Verhaltensweisen nachhaltigkeitsbewusster Konsumentinnen und Konsumenten. Im Vergleich mit einer ersten Un-

tersuchung von 2017 zeigt sich: Nachhaltigkeit gewinnt in nahezu allen Konsumbereichen an Bedeutung. Für die Studie wurden im Herbst 2019 mehr als 14.400 Nutzerinnen und Nutzer der Plattform befragt. Damit ist die Studie zwar nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung in Deutschland. Sie ermöglicht aber einen guten Einblick in die Gruppe der Nachhaltigkeitsbewussten. Für diese Konsumentinnen und Konsumenten sind Lebensmittel ein der Bereich, in dem sie ganz besonders auf Nachhaltigkeit achten. Auch bei Körperpflege und Kosmetik sowie Haushaltsartikeln, Energie und Kleidung ist den Anwenderinnen und Anwendern wichtig, dass diese umweltfreundlicher sind oder fair hergestellt werden. Deutlich zugelegt haben seit 2017 die Bereiche Reisen und Urlaub. Elektrogeräte sowie Mobilität im Alltag. Nachhaltigkeit manifestiert sich zunehmend in den

Einstellungen der Menschen. Sie sind zwar nicht gegen Konsum, fragen aber immer mehr nach dessen rechtem Maß („Brauche ich das wirklich?“). Mit 45 Prozent stimmen sie heute weniger der Aussage zu: „Ich gehe gerne einkaufen“, als noch 2017 mit 51 Prozent. Zudem achten bewusste Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf auf Qualität und Langlebigkeit. 94 Prozent der Befragten geben an, lieber wenige, dafür aber langlebige Dinge zu kaufen. Die Studie stellt eine „neue Nachdenklichkeit“ fest, wenn es um Nachhaltigkeit, Lebensstil und Kaufverhalten geht.

Wird also für viele Menschen bewusster Konsum immer mehr zu einer Frage der Haltung?

TORSTEN MÜLLER Der Konsum repräsentiert eine Haltung, die über eine kurzfristige Kaufentscheidung hinausgeht. Dies zeigt sich ganz besonders bei

jugen Menschen. Die Mehrheit der befragten 18- bis 24-Jährigen ernähren sich vegetarisch oder vegan. 53 Prozent essen nach eigenen Angaben kein Fleisch. Über alle Altersgruppen hinweg sind es 36 Prozent. Damit zeigt sich heute, was beim Fleischkonsum morgen Mainstream sein wird. Auch die Vermeidung von Verpackungen, insbesondere aus Plastik, ist den jungen Konsumentinnen und Konsumenten besonders wichtig.

Welche Priorität haben Banken-, Investment- und Versicherungsprodukte bei den Befragten der Studie?

TORSTEN MÜLLER Keine signifikante Veränderung stellt die Studie darin fest, wie wichtig der Aspekt der Nachhaltigkeit beim Thema Finanzen ist. Doch gerade die Finanzen sind ein Bereich, für den mehr Nachhaltigkeit im Sinne einer gesellschaftlichen Veränderung sehr wichtig wäre. Was Banken und Versicherungen mit dem investierten Geld machen, hat – zumindest bei den Befragten der Studie – aber (noch) keine höhere Priorität. Nur jedem fünften ist dies wichtig. Wir erkennen also: Hier ist noch viel Luft und Potenzial nach oben. Wir bei Ökoworld betreuen allerdings bundesweit über 50.000 Kundinnen und Kunden, die Vordenkerinnen und Vordenker sind, und mit unseren Produktlösungen ihrem Geld eine bewusste Richtung mitgeben. Eine Geldanlage unter Beachtung ethisch, ökologisch und sozialer Kriterien ist möglich. Und wir erkennen seit Jahren, dass die Nachfrage kontinuierlich steigt. Auch Sparkassen und Volksbanken bieten unsere Fonds erfolgreich an. Es tut sich etwas. Tendenz steigend, auch wenn diese Utopia-Studie es noch nicht in der Form spiegelt.

Ihre Produkte entsprechen also dem aktuellen Zeitgeist und der Zukunft zugleich?

TORSTEN MÜLLER Ein Blick in die Anlageuniversen der Ökoworld-Fonds sowie unsere Rentenversicherungsprodukte zeigt, dass sich die Erwartungen an sinnvolle sowie fair hergestellte und umweltverträglichere Produkte auch bei der Geldanlage realisieren lassen. Das Anlageuniversum definiert, in welche Unternehmen das Fondsmanagement der Ökoworld ausschließlich investieren darf. Bei der Auswahl der Unternehmen steht stets im Mittelpunkt, welchen Nutzen die Produkte stiften und welchen Beitrag sie zu einer menschenfreundlichen Wirtschaftsweise leisten. Unsere Kundinnen und Kunden wissen, dass man Geld eine bewusste Richtung geben kann. Und das Thema wird immer aktueller. Vielleicht trägt auch eine Krise wie Corona dazu bei, dass im Zuge der gezwungenermaßen stattgefundenen Entschleunigung und der gesteigerten Nachdenklichkeit das Thema „Geld eine bewusste Richtung geben“ noch einmal verstärkt ins Auge gefasst wird.

ALLES GESCHMACKSACHE.

Tatsächlich ist alles im Leben Geschmacksache. Musik, Kunst, Wein und Essen sind gute Beispiele. Das war schon immer so. Auch bei der Geldanlage kann man seinen Geschmack bewusst ausleben. Ethisch, ökologisch und sozial. Lassen Sie uns darüber reden. In Hilden, am Itterpark 1.

Wir freuen uns auf Sie.



0 21 03-92 92 92



info@oekoworld.com



Torsten Müller,
Vorstand der ÖKOWORLD AG und
gebürtiger Hildener.

