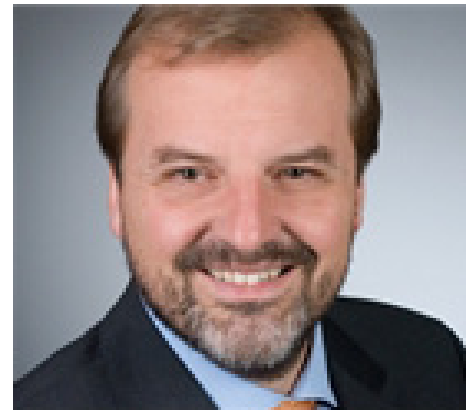


Publikation: <http://green.finanztreff.de>  
Ausgabe: online  
Datum: 03.02.2012  
Auflage: Seite(n): 2

## **Insiderbarometer: Erhöhte Temperatur Nachhaltigkeit /Nachhaltigkeitsanforderungen werden die Kommunikation am Kapitalmarkt verstärkt beeinflussen**

Regelmäßig schauen Analysten an den Kapitalmärkten in die privaten Aktiengeschäfte von Managern börsennotierter Unternehmen. Für sie sind solche oftmals „Insiderbarometer“ genannten Auswertungen insbesondere dann interessant, wenn es um die - legalen - Transaktionen in Aktien des eigenen Unternehmens geht. Aus diesen Analysen wird das Vertrauen des Führungspersonals in das eigene Unternehmen, die Branche oder die allgemeine Entwicklung abseits der offiziellen Unternehmensberichte abgeleitet. Kauft der Vorstand eigene Aktien, ist das positiv, und verkauft er eigene Aktien, so die Ratio dahinter, scheint er nicht so richtig vom eigenen Erfolgüberzeugt zu sein. Im Jahr 2011 agierten die „Insider“ wieder einmal in Summe erfolgreich.



Das Forschungsinstitut für Asset Management hat aus den meldepflichtigen Orders der Topmanager ermittelt, dass die Kursentwicklung aller gekauften Aktien zwischen Kaufdatum und Jahresende zusammen im Jahr 2011, in dem der DAX z. B. mit -14,7% schloss, lediglich knapp ein Prozent im Minus lag.

Grund genug auch einmal darauf zu schauen, wie es die Führungsetagen mit dem Thema „Nachhaltigkeit“ halten. Um das Ergebnis vorweg zu nehmen: Der Stellenwert der Nachhaltigkeit hat sich bei den börsennotierten Unternehmen in Deutschland spürbar erhöht. Mehr als zwei Drittel aller Unternehmen gaben 2011 in einer gemeinsamen Studie des Deutschen Aktieninstituts und des Sustainable Business-Instituts zu Protokoll, dass sie dem Thema „nachhaltige Entwicklung“ im eigenen Unternehmen eine hohe Bedeutung für die künftige Entwicklung des Unternehmens beimessen. Bei den DAX-Werten waren es gar über 90%. Zum Vergleich: im Jahr 2003 waren dies lediglich 40% bzw. 54%.

Kein Wunder, denn die Anfragen von Investoren zu Nachhaltigkeitsthemen steigen stetig an, und für immerhin 83% der DAX-Unternehmen und 37% der M-DAX Repräsentanten ist die Aufnahme in die aus Sicht der Akteure weiter an Bedeutung gewinnenden Nachhaltigkeitsfonds ein wichtiges (Reputations-) Ziel. Dementsprechend ist das Thema Nachhaltigkeit auch bei über 50% der Unternehmen direkt beim Vorstandsvorsitzenden bzw. beim Finanzvorstand angesiedelt.

Besonders beeindruckend ist, dass mehr und mehr die ökonomischen Vorteile nachhaltiger Unternehmensstrategien in den Fokus der Topmanager rücken. So geht nicht nur die Mehrheit der Unternehmen davon aus, dass die Anforderungen an ihre soziale, ethische und ökologische Verantwortung in den nächsten Jahren steigen werden, satte 86% sehen in der Nachhaltigkeit die Basis langfristigen künftigen wirtschaftlichen Erfolges! Allerdings sehen noch fast zwei Fünftel der Führungselite einen Zielkonflikt zwischen kurzfristigen Renditezielen und den Anforderungen nachhaltigen Managements. Offensichtlich können sich auch die Lenker größerer Konzerne nicht länger der Erkenntnis verschließen, dass die Erwirtschaftung überdurchschnittlicher Erträge und Renditen mittel- und langfristig von der Umsetzung eines authentischen, transparenten und nachprüfaren Nachhaltigkeitsmanagements abhängig ist.

Klimaschutz, Ressourceneffizienz, Energiemanagement, Reduktion von Emissionen, Arbeitspraktiken, Nachhaltigkeit in der Zulieferkette und Menschenrechte stehen bei Ihnen oben auf den Listen. Nachhaltigkeitsanforderungen, soviel ist sicher, werden die Kommunikation am Kapitalmarkt zunehmend beeinflussen.

Umso wichtiger wird weiterhin, mit nachhaltigen Kapitalanlagen auf einen professionellen, interessenkonfliktfrei agierenden und kompetenten Asset Manager zu setzen, um die Spreu vom Weizen zu trennen. Verbindliche Anlagekriterien, über dreißig jährige Erfahrung in nachhaltigen Kapitalanlagen und die strikte Trennung von Nachhaltigkeitsresearch und Portfoliomanagement schützen die Anleger mit ÖKOWORLD nicht nur vor unangenehmen Überraschungen im nachhaltigen Portfolio. Sie setzen auch auf zukunftsfähige Unternehmen, die durch konsequente Nachhaltigkeitsstrategien künftig deutliche Wettbewerbsvorteile und Kosteneinsparungen realisieren werden und auch im Hinblick auf die Erträge beste Chancen haben, zu nachhaltigen Leaders zu werden.

Von Ralph Prudent

Ralph Prudent ist Geschäftsführer bei der ÖKOWORLD LUX S.A. Repräsentanz GmbH. Diese legt unter anderem den ÖKOWORLD ÖKOVISION CLASSIC (ISIN LU0061928585) und den ÖKOWORLD KLIMA (ISIN LU0301152442) auf.

© 2011 facunda green AG