

„Nachhaltigkeit in den Mittelpunkt stellen“

Jürgen von der Lehr, verantwortlich für die Sustainability-Aktivitäten der ING, ist überzeugt, dass Banken Teil der Lösung sein können



U ESG-Kriterien werden für Großanleger immer wichtiger. Wie bringen Unternehmen Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung mit Profit in Einklang?

Viele Unternehmen haben mittlerweile erkannt, dass nachhaltiges Investment und Profit nicht im Widerspruch zueinander stehen, ganz im Gegenteil: Durchschnittlich schneiden ESG-Portfolios in Sachen Rendite nicht schlechter ab als herkömmliche Produkte – langfristig sind sie sogar besser. Investoren schauen daher zunehmend auf die Nachhaltigkeitsberichte der Unternehmen und interessieren sich für ihr Nachhaltigkeitsrating. Das ist auch nachvollziehbar, wenn man sich nur die massiven Veränderungen und damit auch Risiken vor Augen führt, welche für Unternehmen aus den Klimaveränderungen resultieren. Dies gilt auch für Unternehmen wie uns, die Kredite vergeben und sich dabei der Klimarisiken, denen Unternehmen ausgesetzt sein, bewusst sein müssen. In diesem Kontext fordern Regulatoren ebenso zunehmend eine Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in den entsprechenden Rating-Systemen.

U Welche Verantwortung tragen die Banken beim Umbau zu einer CO₂-armen, umweltfreundlichen und sozialen Wirtschaft?

Banken tragen eine zentrale Verantwortung, um die Wirtschaft umweltfreundlicher zu gestalten. Der Klimawandel ist eine eindeutige und gegenwärtige Gefahr, und als eine global agierende Bank sehen wir uns in der Pflicht, dagegen vorzugehen. Wir sind vom Pariser Abkommen überzeugt und unterstützen die Idee, die Erderwärmung auf unter zwei Grad zu begrenzen. Mit unseren Finanzierungen haben wir den größten Einfluss darauf, CO₂ in der Gesellschaft zu reduzieren. Wir investieren gezielt in nachhaltige Projekte und unterstützen Kunden, die

nachhaltige Strategien verfolgen oder bereits Vorreiter auf diesem Gebiet sind. Dabei treten wir als Geldgeber, Berater, Moderator und Gestalter auf, sorgen für Wissensaufbau und -transfer und treiben Innovationen mit unseren Kunden voran.

Die ING hat 2018 gemeinsam mit der „2° Investing Initiative“ den Terra-Ansatz aus der Taufe gehoben. Mit Terra soll das gesamte Kreditbuch der Bank mit einem Volumen von rund 600 Milliarden Euro in Richtung des Zwei-Grad-Klimaziels ausgerichtet werden. Dazu erfolgt eine Bestandsanalyse des Kreditbuches, um Potenziale für eine weitere Reduzierung der CO₂-Emissionen zu identifizieren. Als Ergebnis dieser Prüfungen wird die eigene Kapitalallokation gezielt stärker auf CO₂-arme Technologien konzentriert, indem beispielsweise im Energiesektor mehr Projekte zu Erneuerbaren Energien finanziert werden.

Im Privatkundenbereich geht es eher darum, jedem Kunden Transparenz über seinen eigenen CO₂-Fußabdruck zu geben. Es ist dabei wichtig, die Kunden spielerisch zu einer Verbesserung ihres Fußabdrucks zu bewegen. Niemand möchte stetig mit den Gefahren und Verzicht konfrontiert werden. Es geht vielmehr darum, ihnen zu zeigen, wie positiv die Zukunft aussehen kann, wenn wir unser Verhalten verändern. Und dies muss Spaß machen. Banken können dem Kunden auf Basis seines Ausgabeverhaltens einen recht guten CO₂-Fußabdruck generieren. Dann gibt es viele Möglichkeiten, dem Kunden zu einem nachhaltigen Verhalten zu verhelfen.

U Und an welchen Kriterien orientiert sich das Unternehmenskundengeschäft der ING?

Neben den bekannten ESG-Kriterien definiert die ING Group in ihrem „Environmental and Social Risk Framework“ den ethischen und ökologischen Rahmen ihrer Geschäfts-

tätigkeit für Unternehmenskunden. Zum Beispiel fördert die ING klimaschonende und umweltfreundliche Entwicklungen, indem sie nachhaltige Projekte finanziert und die Unternehmen unterstützt, die eine Verbesserung in diesem Bereich anstreben oder bereits vorbildlich sind. Aber auch Ausschlusskriterien für bestimmte Geschäfte sind darin definiert: Die ING hat sich eine eigene Umwelt- und Sozialrichtlinie gegeben, die auf den acht Kernkonventionen der International Labour Organisation und dem United Nations Global Compact basiert. Deshalb lehnen wir zum Beispiel Geschäftsbeziehungen mit Kunden ab, die ihren Sitz in Ländern haben, in denen die Menschenrech-

[|]

„Der Dialog mit dem Kunden steht im Mittelpunkt, um eine echte Verhaltensveränderung zu erreichen. Sanktionen oder ‚der erhobene Zeigefinger‘ stellen die Ultima Ratio dar.“

te immer wieder verletzt werden. Alle Geschäftsvereinbarungen, die wir unterzeichnen, messen wir an diesen Grundsätzen. Die ING hat sich außerdem 2015 entschieden, künftig keine Kohlekraftwerke mehr zu finanzieren und bis Ende 2025 dürfen unsere Kunden im Versorgungssektor maximal zu fünf Prozent auf Kohle angewiesen sein.

U Findet in regelmäßigen Abständen eine Risikoeinschätzung der Geschäftskunden anhand der Kriterien statt?

Jeder Geschäftskunde und jede Transaktion werden auf Basis unserer ESR-Policy beurteilt, überwacht und bewertet, um die negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu begrenzen. Unsere ESR-Policy und Prozesse sind transparent und für jeden einsehbar. Im Übrigen gehört diese Richtlinie der ING zu den am weitest entwickelten in der Bankenlandschaft.

U Und welche Schritte werden eingeleitet, wenn diese Kriterien nicht mehr erfüllt sind?

Unser Ansatz besteht darin, mit unseren Kunden einen Dialog zu führen und sie nach

Jürgen von der Lehr ist Head of Strategy & Business Development der ING in Deutschland. Zu seinem Verantwortungsbereich gehören unter anderem die Sustainability-Aktivitäten der Bank – von der Strategieentwicklung über die Umsetzung nachhaltiger Maßnahmen bis hin zur Kontrolle der Einhaltung. Daneben ist er Vorstandsmitglied des Arbeitskreises Digitaler Zahlungsverkehr des Digitalverbands Bitkom. Jürgen von der Lehr ist ausgebildeter Banker sowie Diplom-Kaufmann. Vor seinem Wechsel zur ING war er Leiter „Digitale Innovationen sowie Think Tank“ der Deutschen Bank.

Möglichkeit bei der Verbesserung ihrer ökologischen und sozialen Auswirkungen zu unterstützen. Ist dies nicht der Fall, halten wir uns das Recht vor, die Geschäftsbeziehung mit dem Kunden zu beenden. Der Dialog mit dem Kunden steht jedoch im Mittelpunkt, um eine echte Verhaltensveränderung zu erreichen. Sanktionen oder „der erhobene Zeigefinger“ stellen lediglich die Ultima Ratio dar.

U Unterstützen Sie Geschäftskunden dabei, die ESG-Kriterien zu erfüllen?

Wir beraten und begleiten unsere Unternehmenskunden auf ihrem Weg in eine nachhaltige Zukunft. Dank unserer Expertise bei nachhaltigen Finanzierungsinstrumenten können wir unseren Kunden ein für sie maßgeschneidertes Produkt anbieten. Darüber hinaus versorgen wir unsere Kunden mit wichtigen Insights aus dem Markt und definieren gemeinsam KPIs zur Erreichung der festgelegten Nachhaltigkeitsziele. Dabei be-

[|]

„Wir werben aktiv bei anderen Banken für unseren Terra-Ansatz und laden sie ein, diesen Ansatz zu übernehmen. Unsere Ambition ist es, einen Marktstandard zu etablieren.“

rücksichtigen wir die aktuelle Situation des Kunden, vergleichbare Transaktionen auf dem Finanzmarkt und wissenschaftliche Literatur. So wurden in den vergangenen Jahren ESG-linked Loans vergeben, grüne Schuldscheine emittiert und nachhaltigkeitsorientierte Darlehen auf den Markt gebracht.

U Was unterscheidet die ING von anderen Banken?

Die ING hat das Thema Nachhaltigkeit nicht nur strategisch verankert, sondern trägt es in ihrer DNA. Unser Purpose lautet: „Empowering people to stay a step ahead in life and in business“. Das beinhaltet eben auch die Fähigkeit, den Kunden in die Lage zu versetzen, nachhaltiger zu agieren. Das ist für uns Leidenschaft zugleich. Wir arbei-

ten über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg branchenübergreifend mit öffentlichen und privaten Partnern zusammen. Wir fordern Regierungen auf, Anreize für langfristige Investitionen zu schaffen und auf einen effektiven Preis für Kohlenstoffemissionen hinzuwirken. Wir suchen dabei ausdrücklich die Zusammenarbeit mit anderen Banken, denn wir sehen das Thema Nachhaltigkeit als gemeinsame Aufgabe, wo Wettbewerb zweitrangig ist. Wir werben zum Beispiel aktiv bei anderen Banken für unseren Terra-Ansatz und laden sie dazu ein, diesen Ansatz zu übernehmen. Unsere Ambition ist es, einen Marktstandard zu etablieren.

U Welches ist Ihr Lieblingsprojekt bei der ING in Sachen Verantwortung?

Es ist schwierig, eine einzelne Maßnahme hervorzuheben. Im Unternehmenskundengeschäft sind wir bereits sehr gut unterwegs, jetzt geht es darum, nachhaltige Konzepte in unsere Produkte und Services für Privatkunden zu integrieren. Wir stellen all unsere Produkte auf den Prüfstand. Hier haben wir spannende Themen in der Planung und Umsetzung. Ganz wichtig ist es aber, dass wir angefangen haben, Nachhaltigkeit bei der ING in den Mittelpunkt zu stellen. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bekommen die Möglichkeit, ihre eigenen Ideen zum Thema Nachhaltigkeit einzubringen – jede und jeder ist gefragt, sich daran zu beteiligen. Die Ideen werden diskutiert, priorisiert und in die Umsetzung gebracht. Ein weiteres spannendes Thema ist „Financial Wellbeing“. 94 Prozent der Menschen in Europa sind finanziell gestresst. Sie schaffen es entweder nicht mit ihrem Gehalt bis zum Monatsende oder haben keinerlei Notgroschen beziehungsweise Rücklagen für größere Investitionen oder für das Alter beiseitegelegt. Parallel dazu nimmt die Verschuldungsquote auch in Deutschland immer mehr zu, besonders in der Coronakrise. Das hat höchst ungesunde Auswirkungen – für die Menschen, die Wirtschaft und unsere Gesellschaft. Wir wollen daran etwas ändern. Daher haben wir vor über drei Jahren gemeinsam mit IBM, Deloitte, AWS, Dell und CEPR die Think-Forward-Initiative gegründet. Hierunter finden sich eine Vielzahl von Maßnahmen und Aktivitäten, um Menschen dabei zu unter-

stützen, einen besseren Umgang mit ihren Finanzen zu finden.

U Sie sind seit Juli dieses Jahres für die Nachhaltigkeitsstrategie verantwortlich. Was werden Sie verändern? Wo werden Sie Ihre Schwerpunkte setzen?

Uns ist die Ernsthaftigkeit der Lage bewusst. Sofortige Verhaltensänderungen sind erforderlich, um den Klimawandel zumindest aufzuhalten. Insofern ist einer der ersten Schritte für mich, das Thema Nachhaltigkeit in ein positives Gewand zu hüllen und ihm mehr Aufmerksamkeit zu verschaffen. Ich möchte meinen Kolleginnen und Kollegen zeigen, wie vielversprechend unsere Zukunft aussehen kann, wenn wir uns entsprechend verändern. Hier setze ich auf positive Impulse und Anreize für alle. Und ich werde nicht müde, dies allen Beteiligten vor Augen zu führen. Außerdem wollen wir die Banklandschaft mitgestalten und engagieren uns entsprechend, ob mit der Klima-Selbstverpflichtung oder mit dem Terra-Ansatz. Wir alle müssen verstehen, dass wir Teil der Lösung sein können. Ich will meinen Beitrag dazu leisten.

Die Fragen stellte Gabriele Kalt.