

Nachhaltiges Investieren

Gewinn mit gutem Gewissen

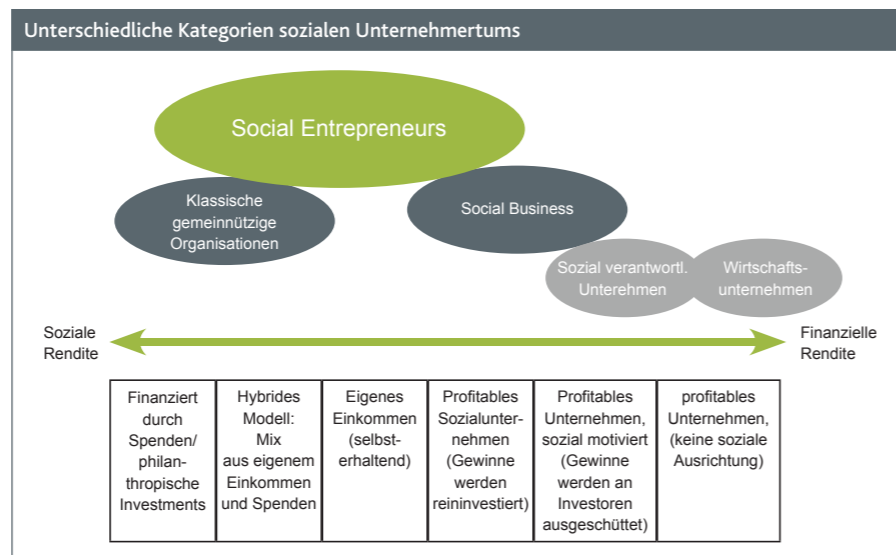
Eindrücke vom Impact-Investing-Tag der S&MC Investmentbank AG

Nicht nur der monetäre Gewinn, sondern eben auch der „Impact“ – also die Wirkung auf Gesellschaft und Umwelt – steht im Fokus, wenn es um Impact-Investing geht. Ganz allgemein sind damit daher Unternehmensfinanzierungen gemeint, die zielgerichtet messbaren sozialen und oftmals auch ökologischen Nutzen für die Menschen generieren, gleichzeitig aber dennoch Gewinne erzielen sollen. In der Regel sind es mutige und über den Tellerrand ihres eigenen gewinnorientierten Schaffens hinausschauende Unternehmer und Investoren, die in solche Unternehmen und Projekte investieren. Dabei stehen rein finanzielle Interessen meist nicht im Vordergrund, sondern die Überzeugung, dass durch diese Investments ein Beitrag zur Lösung vorhandener gesellschaftlicher Probleme geleistet werden kann, wie z.B. im Bereich der Bildung oder der Gleichbehandlung von Menschen mit einem Handicap.

Um die Aufmerksamkeit auf diese zunehmend wachsende Assetklasse zu lenken, veranstaltete die S&MC Investmentbank AG am 2. März 2016 den ersten „Impact-Investing-Tag“ in München, an dem sich fünf Unternehmen präsentierten, die sich auf ganz unterschiedliche Weise diesem Thema widmen.

Frische Mittel für soziale Start-ups

Die Finanzierungsagentur für Social Entrepreneurship (FASE) unterstützt Sozialunternehmen beim Einwerben von Wagniskapital und trägt dazu bei, größere Wachstumsschritte finanzierbar zu machen und innovative soziale Lösungen zu realisieren. FASE unterstützt bei der Weiterentwicklung des Geschäftsmodells und entwickelt einen geeigneten Finanzierungsmix, die einen Zugang zu interessierten Geldgebern ermöglichen. Durch den Zugang zu Investoren (soziales Venture



Quelle: Ashoka Deutschland

Capital und philanthropische private Kapitalgeber) konnten seit Gründung bereits zwölf Finanzierungen in einer Größenordnung zwischen 100.000 bis 500.000 EUR abgeschlossen werden. Als Beispiel wurde das Sozialunternehmen „Discovering Hands“ vorgestellt, das mit Wachstumskapital zur Marktdurchdringung in Deutschland ausgerüstet wurde. Das Unternehmen befähigt blinde Frauen, ihren überdurchschnittlichen Tastsinn zur Brustkrebsfrüherkennung einzusetzen, womit die frühzeitige Brustkrebsdiagnose optimiert wurde. Bisher wurden über 10.000 Patientinnen mit diesen Verfahren untersucht, in den nächsten fünf Jahren sind weitere 38.000 geplant.

Ein Dienstleistungsunternehmen, das sich bereits seit 1993 auf den Markt für nachhaltige Investments konzentriert, ist die Münchener **oekom research AG**. Deren Nachhaltigkeits-Research umfasst Aktien- und Rentenemittenten – Unternehmen, Länder sowie supranationale Einrichtungen. Die Beurteilung der sozialen und ökologi-

schen Performance eines Unternehmens erfolgt anhand von über 100 branchenspezifisch ausgewählten Kriterien. Institutionelle Investoren, die z.B. über die Aufnahme von Nachhaltigkeitskriterien in deren Anlageentscheidungen aktiv nachdenken, z.B. kirchliche Investitionen oder Stiftungen, können auf Nachhaltigkeits-Ratings von oekom research zurückgreifen. Andererseits dienen die Studien selbstkritischen Unternehmen als Gradmesser für die Integration entsprechender Ziele in die Unternehmenssteuerung und leisten damit einen wertvollen Beitrag für deren Nachhaltigkeitsmanagement.

Verantwortung beginnt bei den Kleinsten

Dass sich börsennotierte Medienunternehmen auch zu Impact-Unternehmen entwickeln können, zeigt die am General Standard der Frankfurter Börse gelistete **Your Family Entertainment AG (YFE)** aus München. Das ehemals unter dem Namen RTV Family Entertainment AG gestartete Unternehmen ist einer der führenden

Anbieter von europäischen Kinder- und Jugend-Fernsehprogrammen. Neben dem Lizenzhandel mit einer hochwertigen Programm-Bibliothek von mehr als 3.500 Halbstunden mit Kinder- und Jugendprogramm betreibt YFE den Pay-TV Sender „Fix & Foxi“ und die zwei Free-TV Sender „RiC“ und „RiK“, die in der D-A-CH-Region mittlerweile rund 34 Mio. Haushalte erreichen. Natürlich ist YFE kein Social-Impact-Unternehmen nach klassischer Definition. Vor dem Hintergrund der wertevermittelnden und gewaltfreien Programme haben sie dennoch einen Impact im Segment Kinderunterhaltung. YFE zeigt eindrucksvoll, wie auch börsennotierte, eindeutig gewinnorientierte Unternehmen soziale Verantwortung operativ umsetzen können.

Neue Wege für die Bildung

Mit einer völlig flexiblen Studienfinanzierung und dem begleitenden Trainingsprogramm „WissenPlus“ fördert die Frankfurter **Deutsche Bildung AG** seit 2007 Studenten aller Fachrichtungen im Studium und sichert damit indirekt einen erfolgreichen Berufseinstieg. Die Rückzahlung der Finanzierung erfolgt anteilig vom späteren Einkommen mit zahlreichen Absicherungen für verschiedene Lebenssituationen. Die Finanzierungsentscheidung erfolgt über ein eigenentwickeltes Scoring-Verfahren und ermöglicht gerade Studenten, die über keine finanzielle Unterstützung durch die Eltern verfügen, eine sichere Finanzierung des Studiums oder eines Auslandsstudiums, unabhängig von ihrer Herkunft oder ihrem sozialen Hintergrund. Bislang wurden 2.255 Studenten gefördert, knapp 400 befinden sich bereits in der Rückzahlung ihrer Darlehen. Die Kredit-Ausfallquote liegt bei beeindruckend niedrigen 0,63%, was die Stabilität des Geschäftsmodells dokumentiert. Die Deutsche Bildung AG leistet damit einen wertvollen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft.

Neue Wege in der Organisation von Weiterbildung will das neu gegründete **KANTBERG – Institute for Society & Sustainable Business** aufzeigen, ein Unternehmen aus dem Bildungsbereich, das sich zunächst auf das Angebot individueller Fort- und Weiterbildung („Professional Education“) konzentrieren wird. Die Angebote richten sich an die große Zahl qualifizierter Fachkräfte, die dem Rationalisierungsdruck des technologischen Fortschritts durch vermehrte Weiterbildungsanstrengungen trotzen und damit ihre langfristige Beschäftigungsfähigkeit sichern wollen. Die Idee ist es, diesen Fachkräften u.a. über E-Learning-Angebote innovative Bildungsinhalte zugänglich zu machen, die sich aus den Ergebnissen der KANTBERG-internen Arbeitsmarktforschung ableiten lassen.

Marcus Kreft