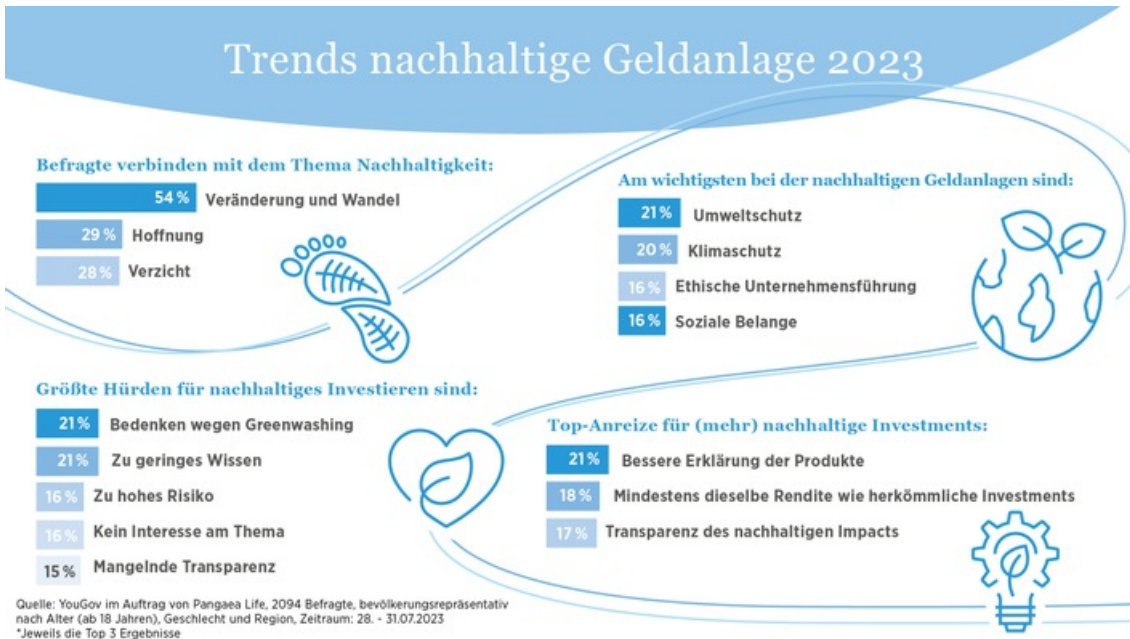


17.08.2023 - 09:30 Uhr

## YouGov-Trendstudie nachhaltige Geldanlage 2023: Was Menschen von grünen Investments abhält



München (ots) -

Der nachhaltige Wandel unserer Wirtschaft ist ein Gemeinschaftsprojekt. Dafür benötigt es unter anderem: viel Kapital. Um Geld in nachhaltige Anlagen zu lenken, müssen Menschen auf breiter Basis überzeugt werden. Eine bevölkerungsrepräsentative, vom nachhaltigen Investment-Manager Pangaea Life in Auftrag gegebene YouGov-Studie fand nun heraus, was sich ändern muss, damit mehr Menschen nachhaltig investieren - und was sie heute daran hindert.

### Nachhaltigkeit nicht nur positiv konnotiert

"Wenn Sie den Begriff 'Nachhaltigkeit' hören - was verbinden Sie am ehesten damit?" Das wollte Pangaea Life im Rahmen der neuen YouGov-Studie zum nachhaltigen Investieren von 2094 Befragten in Deutschland wissen. Das Ergebnis: 54 Prozent aller Befragten verbinden die neutrale Zuordnung "Wandel und Veränderung" mit dem Begriff. Mit größerem Abstand folgen dicht hintereinander "Hoffnung" (29 Prozent) und "Verzicht" (28 Prozent).

"Die Mehrheit hat erkannt, dass Nachhaltigkeit und allen voran die Bekämpfung des Klimawandels nicht ohne Wandel und Veränderung funktionieren kann", kommentiert Daniel Regensburger, Geschäftsführer der Pangaea Life, das Ergebnis. "Dass die Zuschreibungen Hoffnung und Verzicht beinahe gleichrangig auf Platz zwei und drei rangieren zeigt uns, dass Menschen Nachhaltigkeit mit einer positiven Zukunftsvision aber auch mit Einschränkungen verknüpfen. Positive und negative Assoziationen halten sich die Waage. Das Resultat spiegelt so gesehen auch die Diskussionen über den richtigen Weg in Sachen Klimaschutz in unserer Gesellschaft wider."

Im Sinne ihrer Idee einer blauen Nachhaltigkeit verfolgt Pangaea Life das Ziel, den Nachhaltigkeitsbegriff positiv aufzuladen. Die Marke stellt deshalb die Freude am nachhaltigen Investieren in den Mittelpunkt. Der Anbieter nachhaltiger Sachwerte-Fonds möchte Anleger davon überzeugen, dass eine messbar positive Wirkung für Umwelt und Klima durchaus mit einem persönlichen Gewinn in Form der Rendite vereinbar ist.

### Kundenpräferenzen: Umweltschutz, Klimaschutz und Soziales fast gleichauf

Bei der Frage, welche Nachhaltigkeitsaspekte potenziellen Kunden bei der Wahl eines grünen Anlageprodukts besonders wichtig sind, bestätigt die Studie einen Trend: Die Buchstaben "S" und "G" in ESG gewinnen weiter an Relevanz. Mit jeweils 16 Prozent nannten die Befragten "Ethische Unternehmensführung" und "Soziale Belange" am dritthäufigsten. "Umweltschutz" (21 Prozent) und "Klimaschutz" (20 Prozent) sind den Befragten am wichtigsten.

"Nachhaltiges Investieren ist heute nicht mehr 'nur' grün", sagt Pangaea-Life-Geschäftsführer Daniel Regensburger. "Unsere Studie zeigt, dass nachhaltige Investmentprodukte heute die komplette Klaviatur der Nachhaltigkeit bespielen sollten. Soziale und ethische Aspekte werden immer mehr zur Pflicht".

### Greenwashing-Debatte hinterlässt Spuren

Einige Anbieter nachhaltiger Anlageprodukte mussten sich in letzter Zeit mit Greenwashing-Vorwürfen in der Öffentlichkeit auseinandersetzen. Diese mediale Debatte prägte auch die Wahrnehmung des Themas Nachhaltigkeit im Finanzsektor:

Dementsprechend nennt eine Mehrheit von 21 Prozent der Befragten "Bedenken wegen Greenwashing" als größte persönliche Hürde für nachhaltiges Investieren. "Zu geringes Wissen" wurde mit ebenfalls 21 Prozent gleich häufig als Grund genannt, warum Befragte (noch) nicht nachhaltig investieren. Auf Platz zwei folgen mit jeweils 16 Prozent Bedenken wegen eines "zu hohen Risikos" und die Angabe "kein Interesse am Thema" zu haben. "Mangelnde Transparenz" beklagen die Befragten zu 15 Prozent.

"Die Studie weist Anbietern und Beratern nachhaltiger Anlageprodukte eine klare Richtung: Für mehr Akzeptanz sind wir alle gefragt, nachhaltige Produkte besser zu erklären und Wissen über deren Risiko-Renditeprofil und Funktionsweise verständlich zu vermitteln.", so Daniel Regenburger. "Transparenz ist und bleibt das A und O, wenn wir als Branche den allseitigen Greenwashing-Verdacht entkräften wollen. Indem wir klarer aufzeigen, worin der Nutzen nachhaltiger Investments konkret besteht, wird es uns gelingen mehr Menschen davon zu überzeugen, mit ihrem Ersparten einen echten Unterschied machen zu können. Unsere digitale Investmentreise ist solch ein Ansatz, mit dem wir Wissen über das Funktionieren nachhaltigen Investierens auf eine unterhaltsame und transparente Weise vermitteln."

### Bessere Wissensvermittlung verspricht mehr Geld in Nachhaltigkeit

Für die Finanzbranche ebenso interessant, wie für die Gesellschaft insgesamt: Was muss passieren, damit mehr Menschen ihr Geld ökologisch, ethisch und sozial anlegen? Auch hierauf gibt die Pangaea Life Studie konkrete Antworten: Eine "bessere Erklärung der Produkte" wäre für die Befragten mit 21 Prozent der wichtigste Anreiz, um nachhaltig zu investieren. Obwohl viele Studien zeigen, dass nachhaltige Anlagen keine schlechtere Rendite als herkömmliche Produkte erwirtschaften, befürchten die Befragten genau das: Mit 18 Prozent rangiert die Antwort "mindestens dieselbe Rendite wie herkömmliche Investments" auf dem zweiten Platz der wichtigsten Gründe für (mehr) grüne Investments. Eine bessere "Transparenz des nachhaltigen Impacts" (17 Prozent) stellt für Verbraucher den dritt wichtigsten Anreiz dar ihr Geld in nachhaltigen Fonds, Aktien oder anderen Produkten anzulegen.

"Wissen ist Trumpf - das gilt umso mehr, wenn wir mehr Geld in die nachhaltige Transformation unserer Wirtschaft und Gesellschaft lenken wollen", resümiert Daniel Regenburger die wichtigsten Einsichten der Trendstudie. "Die Resultate zeigen, dass die nachhaltige Geldanlage häufig immer noch unter dem Vorurteil eines schlechteren Risikoprofils und einer geringeren Rendite leidet. Für uns sollte das Ansporn genug sein, eine echte Wissensoffensive zu starten: Wenn es uns gelingt das Wirken nachhaltiger Investments in den Bereichen E, S und G noch transparenter zu vermitteln, ist das ein enormer Hebel, um bei Themen wie der Energiewende, dem Bau nachhaltigen Wohnraums und weiteren Zukunftsbereichen einen großen Schritt nach vorne zu gehen. Bei alledem dürfen wir aber nicht vergessen, auch die Performance vieler nachhaltiger Produkte selbstbewusst nach außen zu tragen."

**Quelle aller Daten aus der Studie:** YouGov im Auftrag von Pangaea Life, 2094 Befragte, bevölkerungsrepräsentativ nach Alter (ab 18 Jahren), Geschlecht und Region, Zeitraum: 28. - 31.07.2023

\*\*\*

### Pangaea Life

Pangaea Life ist ein auf nachhaltige Investments spezialisierter globaler Investment Manager und Anbieter nachhaltiger Vorsorgelösungen. Die Marke wurde im Jahr 2017 durch die Versicherungsgruppe die Bayerische mit dem Ziel gegründet, Rendite und konsequente Nachhaltigkeit zu vereinen. Hinter Pangaea Life stehen aktuell zwei Fonds, die in konkrete Sachwerte aus den Bereichen erneuerbare Energien (Blue Energy) und nachhaltige Wohnimmobilien (Blue Living) investieren. Der Fonds Blue Energy verfügt aktuell über ein Fondsvolumen von rund 540 Millionen Euro und bietet Kunden seit Auflage eine durchschnittliche jährliche Rendite von 9,0 Prozent nach Fondskosten. Der Fonds Blue Living verfügt aktuell über ein Fondsvolumen von rund 153 Millionen Euro und weist seit Auflage eine durchschnittliche jährliche Rendite von 6,2 Prozent nach Kosten auf (Stand jeweils 30.06.2023). Beide Fonds investieren ausschließlich in Anlagen, die ökologischen, sozialen und ethischen Standards entsprechen und bieten Kunden ein Höchstmaß an Transparenz.

Pressekontakt:

Pressestelle der Pangaea Life  
Moritz Rebhan, Thomas-Dehler-Straße 25, 81737 München,  
Telefon (089) 6787-8285,  
E-Mail: [presse@pangaea-life.de](mailto:presse@pangaea-life.de), Internet: [www.pangaea-life.de](http://www.pangaea-life.de)

### Medieninhalte



Was ist Anlegen in der nachhaltigen Geldanlage heute wichtig? / Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/36847](http://www.presseportal.de/nr/36847) / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100092486/100910339> abgerufen werden.