



Die St. Veitskirche in Oberpreilipp in Deutschland wurde 1090 im byzantinischen Stil erbaut.

## Nachhaltig in Führung gehen

**Geht es im Bankgeschäft fair zu? Was bedeutet „Nachhaltigkeit“ bei Finanzgeschäften? Wie sich christlich-soziale Werte mit dem Bankgeschäft vereinbaren lassen, hat Andrea Karner den Vorstandssprecher der Bank im Bistum Essen, Heinz-Peter Heidrich, gefragt.**

*cooperativ: Herr Heidrich, wie haben Sie die Krise erlebt? Beobachtet selbst die Kirchenbank einen Vertrauensverlust bei ihren Kunden?*

Heidrich: Im Gegenteil! Unsere Kunden wissen, dass ihre Einlagen bei uns als kirchliche Genossenschaftsbank absolut sicher sind und wir uns nicht an Spekulationen in Subprime-Wertpapieren beteiligt haben. Die Finanzkrise hat bei uns dazu geführt, dass wir zahlreiche neue Kunden gewinnen und unsere Einlagen ausbauen konnten.

Aber generell ist es schon so, dass nur noch ein sehr geringer Teil der Bevölkerung glaubt, dass es in der Wirtschaft fair zugeht. Die Gefühle des Volkes werden bedient von der Politik, die keine Gelegenheit auslässt, vom eigenen Versagen, insbesondere in den Aufsichtsgremien der Staatsbanken, durch Verweis auf gierige und verantwortungslose Manager abzulenken. Die Appelle der Politik an den ehrbaren Kaufmann, der seine Geschäfte mit Anstand, Ehrlichkeit und Fairness betreibt, werden unglaubwürdig, wenn Politikberater und Spitzenpolitiker sich in Finanzdienstleistungsunternehmen für Werbung, Beratung, Beteiligungen einbinden lassen oder die Nähe zu deren Inhabern suchen, die mit skrupellosen Vertriebsmethoden Kleinanleger in ihr finanzielles Unglück stürzen. Regulierung hilft da

auch nicht viel weiter. Regeln können Charakter nicht ersetzen. Das zu akzeptieren, fällt insbesondere den Deutschen schwer.

*Welche ethische Ansprüche stellen Sie an die Bankmanager der Zukunft?*

An die Bankmanager der Zukunft muss die Gesellschaft die Anforderungen stellen, dass sie die klassische Bankfunktion erfüllen, nämlich zufließende Einlagen in Kredite zu transformieren und nicht mit dem Geld ihrer Kunden an den internationalen Finanzmärkten zu spekulieren. Das Leitbild des ehrbaren Kaufmanns muss dabei in der Zukunft wieder die Basis bilden.

Auf die Gefahr hin, als Fundamentalist zu erscheinen: Ausschließlich auf den Gewinn und die Renditemaximierung orientierte Unternehmensführung hat keine Zukunft. Nachhaltigkeit im Sinne des Einbezugs sozial-ökologischer Verantwortung in die ökonomischen Zielsetzungen ist alternativlos. Der neoliberale Glaube an das Allheilmittel des wertfreien Marktes, die Steigerung des Shareholder Value als einziges Unternehmensziel, der sich zu einem alle Lebensbereiche okkupierenden Imperialismus entwickelt hat, hat sich als Irrglaube erwiesen. Inzwischen hat sich die Meinung durchgesetzt, dass der Shareholder Value nicht ein, wie der Name suggeriert, Wert ist, son-

dern lediglich der Preis für Eigentumsanteile. Bestandteil dieses Shareholder-Value-Gedankens sind überzogene Renditevorstellungen, insbesondere in der Finanzwirtschaft, die weit über die Möglichkeiten einer ‚Wert‘-schöpfung in der Realwirtschaft hinausgehen.

*Welche moralischen Regeln hat Ihre Genossenschaftsbank, die als Bank der Kirche den zehn Geboten unterliegt?*

Die Begründung, dass moralische Regeln für Unternehmen genauso gelten wie für Privatpersonen wird in den zahlreichen päpstlichen Sozialenzykliken, zuletzt Caritas in Veritate von Papst Benedikt XVI. vorgegeben. Im Gemeinsamen Sozialwort der Kirchen in Deutschland werden alle Unternehmen aufgefordert einen Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung, für Gerechtigkeit und die Bewahrung der Schöpfung zu leisten. Für eine Genossenschaftsbank besteht kein Widerspruch zwischen Gewinnzielen und Corporate Social Responsibility (CSR), da Gewinnmaximierung noch nie den Genossenschaftsgedanken dominiert hat, sondern die nachhaltige Förderung der Mitglieder oberstes Ziel jeder Genossenschaft war und ist. Noch heute ist die Armutsbekämpfung ein zentrales Thema der Genossenschaften in den weniger entwickelten Ländern, in denen oft wesentliche Teile der Bevölkerung mit unterhalb der Armutsgren-

ze liegenden Einkommen versuchen zu überleben.

*Sie werben mit dem Begriff „FairBanking“. Was dürfen Kunden von Ihrem Haus erwarten?*

Wir wollen Dienstleistungen und Produkte anbieten, die dem Kunden und der Gesellschaft helfen und uns Gewinn bringen, das bedeutet: Das Prinzip der Nachhaltigkeit, ökonomische und sozialökologische Verantwortung ist integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells. In der langfristigen Unternehmensplanung „Strategie 2011 bis 2016“, die jährlich fortgeschrieben wird, ist dies konkret so formuliert: Unsere Geschäftspolitik ist auf Nachhaltigkeit ausgerichtet, Nachhaltigkeit in dreierlei Hinsicht: ökonomisch, sozial und ökologisch. Mit der Marke FairBanking wollen wir uns mit unserem Nachhaltigkeitsziel am Markt positionieren.

*„Die Prinzipien ‚fair banking‘ und ‚Nachhaltigkeit‘ sind wesentliche Bestandteile unseres Geschäftsmodells.“*

*Was heißt das für den Kunden konkret?*

Unter ökonomischer Nachhaltigkeit verstehen wir professionelles Agieren am Markt, eine effiziente und produktive Geschäftsabwicklung sowie ein professionelles Rendite-/Risikomanagement. Das bedeutet konkret für den Kunden: Bedarfsorientierte, qualifizierte Beratung, ein nachhaltiges Produktangebot, faire Preisgestaltung sowie eine zügige und flexible Abwicklung.

*Haben Sie dazu Beispiele?*

Unser Gründungsauftrag ist die Versorgung der Einrichtungen der Kirche mit Kreditmitteln und die Beratung in Finanzierungsfragen. Die korporativen Kreditkunden der Bank erfüllen alle eine soziale Aufgabe mit Schwerpunkten im Gesundheits- und Pflegebereich. Hinzu gekommen sind in den letzten Jahren zahlreiche Mikrofinanzinstitute in Entwicklungs- und Konversionsländern,

denen wir Refinanzierungsdarlehen anbieten. Auch diese Geschäfte sind in unsere CSR-Strategie eingebunden, das heißt sie sind neben der sozialen Komponente der Armutsbekämpfung und Entwicklungsförderung für die Bank gewinnbringend. Das Kreditportfolio im Privatkundengeschäft besteht zu 98 Prozent aus Immobilienfinanzierungen mit klarem Schwerpunkt im selbst-genutzten Bereich. Die Beratung ist im Sinne des Kunden und der Bank auf eine nachhaltige Kapitaldienstfähigkeit ausgerichtet. Die Berücksichtigung von Förderprogrammen für ökologisches Bauen, wie z.B. für energetische Gebäudesanierung ist selbstverständlich.

*Bekomme ich bei Ihnen zum Beispiel Kredit für ein neues Auto?*

Konsumentenkredite, die bei zahlreichen Klienten der Schuldnerberatungsstellen die Ursache ihrer Überschuldung sind, bieten wir nicht aktiv an und betreiben dementsprechend auch keinerlei Werbung dafür. Auf Nachfrage bieten wir auch persönliche Anschaffungsdarlehen zu günstigen Zinssätzen an.

*Wenn ich mein Geld bei Ihnen nachhaltig anlegen will: Welche Beteiligungen finanzieren Sie?*

Die Einlagen bei unserer Bank sind grundsätzlich nachhaltig. Unser Kreditgeschäft ist unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten unbedenklich. Mit den Eigenanlagen finanzieren wir umweltschonende Produkte, Technologien, Energien und Verkehrssysteme, investieren in Wohnungsbau, insbesondere für benachteiligte und sozial schwache Menschen und generell in die Armutsbekämpfung

sowie in Unternehmen und Projekte, die Frauenförderung und die Integration von benachteiligten oder behinderten Menschen unterstützen. Wir schließen Unternehmen aus, die Waffen entwickeln, herstellen oder vertreiben oder die an Rüstungsgütern beteiligt sind, die Genforschung betreiben oder die Kosmetika herstellen, die gesetzeswidrig in Tierversuchen getestet werden, um nur einige Gründe zu nennen, die offenkundig dem Auftrag der Kirchen in grober Weise widersprechen.

*Würden Sie ein paar konkrete Beispiele für nachhaltige Investments nennen?*

Wir entwickeln unsere Nachhaltigkeitsfonds zusammen mit den übrigen kirchlichen Genossenschaftsbanken in

Deutschland und haben sie bei der Kapitalanlagegesellschaft Union Investment aufgelegt. Ein Mischfonds wurde 1990 unter der Bezeichnung KuC-Fonds aufgelegt. Er wurde in die Fondsfamilie KCD-Union Nachhaltig aufgenommen, die die genossenschaftlichen Banken für Kirche, Caritas und Diakonie mit den Fonds KCD-Union Aktien und KCD-Union Renten im Jahr 2001 gegründet haben. Daneben bieten wir aktiv die Fonds des Schweizer Nachhaltigkeits-spezialisten Sarasin an. Für institutionelle Kunden haben wir den Fonds für Stiftungen ins Leben gerufen, der im Nachhaltigkeitsmanagement ebenfalls auf die Beratung von imug zurück greift.

*Wie stark waren Ihre Anleger-Kunden von der Krise betroffen?*

### Die Bank im Bistum Essen

|                       |  |
|-----------------------|--|
| Gegründet             | 1966 als Darlehenskasse im Bistum Essen e.G.m.H.   |
| Zweck                 | Versorgung der Einrichtungen der Kirche mit Kreditmitteln und Beratung   |
| Mitglieder            | Ordensgemeinschaften, kirchliche Unternehmen und Vereine, Altenpflegeheime, Kliniken, bei der Kirche Beschäftigte, Diözesen, Pfarreien, Stiftungen |
| Bilanzsumme           | 4,23 Mrd. Euro (Stand 31.12.2010)  |
| Einlagen              | 3,44 Mrd. Euro   |
| Ausleihungen          | 1,63 Mrd. Euro   |
| Ergebnis nach Steuern | 23,3 Mio. Euro   |
| Eigenmittel           | 187,7 Mio. Euro  |
| Mitarbeiter           | 103  |

Die Kunden unserer Bank sind nicht auf Lockvogelangebote des Wettbewerbs herein gefallen, wie der isländischen Kaupthing-Bank, wenn Sie das meinen. Sie mussten deshalb auch nicht demonstrieren, dass die Bundesregierung dafür sorgt, dass sie ihr Geld nach der Zahlungsunfähigkeit der Bank zurück erhielten.

*Und wie steht es um die Konditionen?*

Wir berechnen unsere Konditionen unter Berücksichtigung der Bearbeitungs-, Risiko- und Eigenkapitalkosten sowie eines Gewinnanspruchs, der eine langfristige Existenzsicherung der Bank sicherstellt. Neben dem vergleichsweise geringen Gewinnanspruch sind auch die Bearbeitungskosten aufgrund einer effizienten Abwicklung günstig, die Risikokosten wegen der überdurchschnittlichen Bonität unserer Kunden im Bankvergleich niedrig. Der Preis für die von uns zur Verfügung gestellten Kredite ist der Zinssatz; Bearbeitungsgebühren, Gebühren für Wertermittlungen oder andere (versteckte) Gebühren stellen wir nicht in Rechnung.

*Vergeben Sie auch Mikrokredite?*

Nicht direkt an Endkunden. Dies wäre zu aufwendig. Wir vergeben Refinanzierungskredite für Mikrofinanzinstitute im Ausland. Hier kommen wir teilweise nicht umhin, Bearbeitungsgebühren zu berechnen, weil die Kosten für die Due Diligence zu hoch sind. Unsere Konkurrenzfähigkeit beeinträchtigt dies dennoch nicht, weil unsere Renditeerwartungen bescheidener sind als die der Konkurrenz. Wir befürchten allerdings, dass wir in Zukunft die Preise für

unsere Dienstleistungen erhöhen müssen. Bankenabgabe und die Kosten der zunehmenden Regulierung werden uns dazu zwingen.

*Kann ich bei Ihnen Produkte kaufen, die sich der Entwicklungsförderung und Armutsbekämpfung in Entwicklungsländern widmen?*

Unsere Mikrofinanzfonds Dual Return Fund Vision Microfinance und Responsibility Microfinance Fund widmen sich diesem Thema. Zusätzlich haben wir für institutionelle, professionelle Anleger in Luxemburg die KCD Mikrofinanzfonds Global und KCD Mikrofinanzfonds Lateinamerika aufgelegt. Sie werden von uns gemanagt. Vor Aufnahme in den Fonds wird jedes Mikrofinanzinstitut von Mitarbeitern der Bank im Bistum Essen besucht und einer Due Diligence hinsichtlich finanzwirtschaftlicher und sozialer Nachhaltigkeit unterzogen. In die Fonds haben wir einen Teil unserer Darlehen an Mikrofinanzinstitute eingebracht und sind selbst dort dauerhaft mit einem namhaften Betrag engagiert.

*Zum Schluss: Wenn ich für Sie arbeiten möchte, muss ich da eine Klosterschule absolviert haben?*

Nicht unbedingt, aber wir suchen Mitarbeiter, die neben der fachlichen Qualifikation unsere christlichen Werte der Nachhaltigkeit mittragen und ihren Beitrag zur Förderung von Gerechtigkeit in unserer globalisierten Gesellschaft und zur Bewahrung der Schöpfung leisten wollen. Voraussetzung sollten eine humanistisch ausgerichtete Grundausbildung sein, in Verbindung mit einer kaufmännischen Ausbildung. Hinzu

”

*Unser Gründungsauftrag ist die Versorgung der Einrichtungen der Kirche mit Krediten und die Beratung in Finanzierungsfragen.*

“



Dipl.-Vw. Heinz-Peter Heidrich ist Sprecher des Vorstands der Bank im Bistum Essen

kommen müssen Charaktereigenschaften, die früher mit dem Bild des ehrbaren Kaufmannes beschrieben wurden. Dazu gehören Ehrlichkeit und Aufrichtigkeit, Redlichkeit und Gerechtigkeit, Sparsamkeit und Mäßigung, Ordnung und Fleiß, Weitblick und Entschlossenheit und schließlich die für Dienstleister unabdingbare Demut und Liebe zum Menschen. Das Commitment unserer Mitarbeiter zum Engagement für die Gesellschaft drückt sich auch darin aus, dass nahezu alle ehrenamtlich engagiert sind, was die Bank gerne unterstützt. ■