

Was bedeutet **nachhaltiges Investieren** für mich als Berater?

Die 10 wichtigsten Berater-Fragen und -Antworten für ein erfolgreiches Beratungsgespräch

Hohe Kundenzufriedenheit

Stichhaltige Argumente

Sattelfest für die Zukunft

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

Vertrauen
muss verdient werden

Amundi
ASSET MANAGEMENT

Nachhaltiges
Investieren boomt.
**Ab nächstem Jahr
sind Sie als Berater
zur Abfrage** der
Nachhaltigkeits-
präferenz im
Kundengespräch
verpflichtet. Nutzen
Sie dies als Chance!

- 1 Wie kann ich als Berater von nachhaltigem Investieren profitieren?
- 2 Warum ist nachhaltiges Investieren für meine Kunden sinnvoll?
- 3 Welche politischen und gesellschaftlichen Faktoren treiben die Investment-Branche an?
- 4 Wie wecke ich maximales Interesse, damit es zu einem Termin kommt?
- 5 Wie bereite ich den Beratungstermin optimal vor?
- 6 Wie kann ich im Termin die Wünsche meines Kunden in konkrete Ziele umsetzen?
- 7 Wie finde ich Produkte, die zu den Wünschen meines Kunden passen?
- 8 Wie komme ich zu einem nachhaltigen Abschluss des Beratungsgesprächs?
- 9 Wie kann ich nach dem Abschluss am Ball bleiben und die Kundenbeziehung ausbauen?
- 10 Warum ist Amundi der geeignete Partner für mich?

Wie kann ich als Berater von nachhaltigem Investieren profitieren?

Sie können die hohe Bereitschaft Ihrer Kunden zu nachhaltigen Investments schon heute zur Intensivierung der Kundenbeziehung und zur Steigerung der Kundenzufriedenheit nutzen. Denn Nachhaltigkeit ist fest im Bewusstsein unserer Gesellschaft verankert und wird immer wichtiger. Das gilt auch für die Vermögensanlage.

71%

der Deutschen bevorzugen nachhaltige Produkte.²

500

nachhaltige Publikumsfonds im deutschsprachigen Raum stehen den Anlegern zur Verfügung.³

¹ Quelle: FNG Forum Nachhaltige Geldanlagen, Marktbericht für nachhaltige Kapitalanlagen 2020. ² Quelle: InRiver, Umfrage unter 1.506 Onlineshoppern (2019). ³ Quelle: FNG Forum Nachhaltige Geldanlagen, Nachhaltige Kapitalanlagen – eine Einstiegshilfe (2019).

+96%

Investitionen privater Anleger in nachhaltige Fonds haben sich 2019 fast verdoppelt.¹

269

Mrd. Euro beträgt das Volumen der nachhaltigen Geldanlagen in Deutschland.¹

Gute Argumente

Nachhaltige Fonds haben oft eine bessere Performance als herkömmliche Anlagen.⁴

Erfolgreiche Beratung

Sie können individueller auf die Werte und Präferenzen Ihres Kunden eingehen und die für ihn passende Nachhaltigkeitsstrategie finden.

Hohe Kundenzufriedenheit

Nachhaltiges Investieren gibt der Geldanlage einen Sinn. Sie können die Motivation Ihres Kunden für ein Investment in nachhaltige Fonds gezielt unterstützen.

Fit für die Zukunft

Nachhaltiges Investieren ist ein globales Thema, dessen Rahmen die EU vorgibt. Wer sich jetzt gut aufstellt, ist für die kommenden Jahre im Vorteil.

⁴ Quelle: Amundi, eigene Recherche, hauseigene Studie zur ESG-Integration in Aktienportfolios (2019). Weitere Quellen: BVI, Fokus Nachhaltigkeit, Viertes Quartal 2020. Gunnar Friede, Timo Busch und Alexander Bassen: ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies, Journal of Sustainable Finance & Investment (2015); Analyse der Rating-Agentur Scope zum nachhaltigen Investieren (2018).

Warum ist nachhaltiges Investieren für meine Kunden sinnvoll?

2

2

Nachhaltigkeit ist eines der großen gesellschaftlichen Themen – heute und in Zukunft – und längst in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln in allen Bereichen gehört für immer mehr Menschen und Unternehmen zu ihrem Wertesystem und ihrer Haltung – z.B. die Reduktion von CO₂-Emissionen, der Einsatz von stromsparenden Geräten, Kunststoffvermeidung oder die bewusste Entscheidung für Bioprodukte, um nur einige Beispiele zu nennen.

Auch bei der Geldanlage ist Nachhaltigkeit ein immer stärker werdendes Prinzip. Ein Beleg für die Attraktivität: Der Markt für nachhaltige Anlagen hat sich von 2009 bis 2019 verzehnfacht.¹

Sie als Berater können Kunden dabei helfen, persönlich Stellung zu beziehen und ganz nach ihrem individuellen Bedürfnis gezielt in ausgewählte Anlagen zu investieren.

Finanzielle Renditechance

Zahlreiche Studien belegen, dass Anleger bei nachhaltigen Investments gutes Gewissen mit Renditen in Einklang bringen können.²⁾

Gesellschaftlicher Nutzen

Mit einem Investment können Anleger einen kleinen Beitrag für eine bessere Welt leisten.

Persönliche Haltung

Viele Kunden möchten Engagement und Verantwortung zeigen: in der Familie, im Arbeitsalltag, im Investment. Sie handeln werteorientiert und möchten mithelfen, die Welt ein kleines bisschen besser zu machen.



Quelle für den Chart: Morningstar. Zeitraum: 31.10.2017–31.10.2020. **Vergangene Wertentwicklungen sind kein verlässlicher Indikator für eine zukünftige Wertentwicklung.**

¹ Quelle: FNG, Marktbericht für Nachhaltige Kapitalanlagen 2020. ² Quelle: Amundi, eigene Recherche, hauseigene Studie zur ESG-Integration in Aktienportfolios (2019). Weitere Quellen: BVI, Fokus Nachhaltigkeit, Viertes Quartal 2020. Gunnar Friede, Timo Busch und Alexander Bassen: ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies, Journal of Sustainable Finance & Investment (2015); Analyse der Rating-Agentur Scope zum nachhaltigen Investieren (2018).

Welche politischen und gesellschaftlichen Faktoren treiben die Investment-Branche an?

3

Nachhaltigkeitsziele 2015

legen die UN **17 Nachhaltigkeitsziele** fest, zu denen sich 193 Länder für eine nachhaltige Entwicklung auf ökologischer, ökonomischer und sozialer Ebene **verpflichten**.

Pariser Klimaabkommen 2015

wird das Pariser Klimaabkommen geschlossen: **steigende Anforderungen** an Transparenz und klimabezogene Berichterstattung von Unternehmen.

EU-Aktionsplan 2018

wird der EU-Aktionsplan zur **Finanzierung nachhaltigen Wachstums** beschlossen, der eine Vielzahl von Bereichen betrifft.

Der EU-Aktionsplan setzt starke Impulse

- Offenlegung bzgl. Nachhaltigkeitsinvestitionen und -risiken - ab **10.03.2021**
- Einheitliches Klassifizierungssystem für Nachhaltigkeitsaktivitäten - ab **01.01.2022**
- Entwicklung von Nachhaltigkeits-Benchmarks
- Einbeziehung von Nachhaltigkeit in Anlageberatung - **voraussichtlich ab 2022**

Anlageberatung 2022

treten voraussichtlich die **EU-Vorgaben** zur Einbeziehung von Nachhaltigkeit in der Anlageberatung in Kraft.

Treibhausgassenkung 2030

soll die beim **Pariser Klimaabkommen** beschlossene Senkung der Treibhausgasemissionen erreicht sein.

Green Deal 2050

soll durch den Green Deal der EU Europa zum **ersten klimaneutralen Kontinent** werden und das Wirtschaftswachstum von der Ressourcennutzung abgekoppelt sein.

„Wir wollen, dass ab 2021 ein Viertel des EU-Haushalts einen Beitrag zum Klimaschutz leistet. Aber öffentliche Gelder allein werden nicht ausreichen. Deswegen hat die EU verbindliche Gesetze vorgeschlagen, die Anreize schaffen, damit private Investitionen in grüne Projekte gelenkt werden. Es ist fünf vor zwölf! Dies ist unsere letzte Chance, gemeinsam gegen den Klimawandel anzukämpfen.“

VALDIS DOMBROVSKIS

EU-Vizepräsident mit Zuständigkeit für Finanzstabilität, Finanzdienstleistungen und Kapitalmarktunion

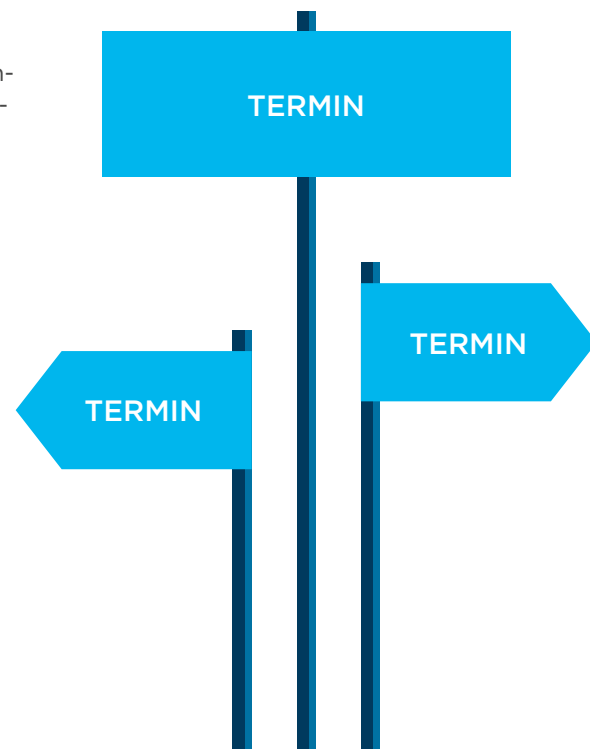
Wie wecke ich maximales Interesse, damit es zu einem Termin kommt?

4

Es gibt viele Wege, mit Ihrem Kunden in Kontakt zu treten. Eine E-Mail-Kampagne ist ein bewährtes Mittel und erreicht schnell einen größeren Kundenkreis.

Der nachhaltige Erfolg ist aber an eine konsequente Nacharbeitung geknüpft – denn in der Flut an E-Mails kann eine einzelne Nachricht beim Kunden auch mal untergehen.

Am besten rufen Sie Ihren Kunden persönlich an. Wir zeigen Ihnen drei unterschiedliche Wege auf.



**Welchen Weg Sie auch gehen – erzählen Sie eine Geschichte!
Das macht es bildhaft und verständlich für Ihren Kunden.**

DER EXPERTENWEG

Wissen schafft Vertrauen! Spielen Sie Ihren Expertenstatus voll aus: „Was glauben Sie? Welches ist - abgesehen von der Pandemie - weltweit das stärkste mediale Thema der letzten Jahre?“ Egal wie die Antwort ausfällt, Sie lösen auf: „Die Medien sind voll

vom Thema Nachhaltigkeit. Bioprodukte im Supermarkt, Reduzierung von Plastiktüten und die Verbannung von Plastikbesteck, zudem der Klimaschutz und erneuerbare Energien: Jetzt können Sie sogar Ihr Geld nachhaltig anlegen!“

DER KUNDENVERSTEHERWEG

Empathie erwärmt! Begegnen Sie Ihrem Kunden auf der persönlichen Ebene: „Drei Dinge soll man in seinem Leben tun: ein Haus bauen, ein Kind zeugen und einen Baum pflanzen. Wann haben Sie den letzten Baum gepflanzt?“ Dann sind Sie mit Ihrem Kunden emotional zusammengerückt und

automatisch beim Thema Nachhaltigkeit. Der Rest ergibt sich fast von selbst: „Nachhaltige Geldanlagen sind wie Bäume pflanzen: Sie tragen ökologisch, aber auch ethisch dazu bei, dass die Welt ein kleines Stück besser wird. Lassen Sie uns gemeinsam in Ihrem Depot einen Baum pflanzen.“

DER ÜBERRASCHUNGSWEG

Überraschung macht aufmerksam! Eröffnen Sie das Gespräch mit einer charmannten Provokation: „Es tut mir leid, ich habe einen großen Fehler gemacht! Wir haben noch kein nachhaltiges Investment in Ihrem Depot verankert.“ Oder wie wäre es mit:

„Ich muss Sie um Hilfe bitten: Der Gesetzgeber legt uns Beratern ans Herz, mit unseren Kunden über nachhaltige Investments zu sprechen. Und wenn ich ehrlich bin: Die entwickeln sich sehr gut. Sie kennen doch Nachhaltigkeitsfonds?“

4

KUNDENEINWAND

„ESG ist doch eine Modeerscheinung.“

Die Welt Stück für Stück nachhaltiger zu machen, ist pure Notwendigkeit. Dies sieht auch die Politik so. Beispielsweise hat die EU einen Green Deal beschlossen: mit dem Ziel, als erster Kontinent klimaneutral zu werden. **Diese Entwicklung ist ganz klar unumkehrbar** – wir stehen erst am Anfang einer weltweiten Transformation.

„Jetzt in Corona-Zeiten interessiert das sowieso keinen Menschen mehr.“

Das Gegenteil ist der Fall. Die Gesetzgeber weltweit treiben das Thema gerade in diesen Zeiten verstärkt voran. Regierungen und Notenbanken zeigen große Bereitschaft, die milliardenschweren Hilfspakete bevorzugt an **umweltgerechte und sozial faire Projekte** zu vergeben. Der wachsende Trend zur Einführung **grüner und sozialer Standards** dürfte ESG-Unternehmen begünstigen. Nachhaltigkeit ist ein **zentrales Thema** dieser und kommender Generationen. Dass vorübergehend andere dringende Themen wie beispielsweise Corona in den Vordergrund rücken können, ist ganz normal.

KUNDENEINWAND

„Dieses Nachhaltigkeitsthema ruiniert doch nur die Wirtschaft.“

Ganz im Gegenteil. Mit einer Vielzahl von politischen und gesellschaftlichen Entscheidungen – dazu gehören vor allem der EU-Aktionsplan zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums, aber auch die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN – wurden bereits vor einigen Jahren die Weichen für eine nachhaltige Zukunft gestellt. Wir sprechen also von einer **notwendigen und sehr starken Transformation**.

Dabei entsteht viel Neues: Start-ups werden gefördert und wachsen rasant. Die Unternehmenskulturen etablierter Firmen werden radikal arbeitnehmerfreundlich umgekrempelt. **Der Zug lässt sich nicht aufhalten**. Lassen Sie uns einsteigen.



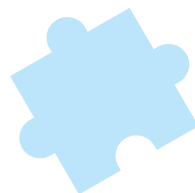
Wie bereite ich den Beratungstermin optimal vor?

5

Ihr Erfolg hängt fundamental davon ab, wie glaubwürdig Sie wirken. Verzichten Sie grundsätzlich auf Plastikartikel wie Becher oder Kugelschreiber. Nachhaltigkeit bedeutet für viele Ihrer Kunden erst mal nur Ökologie. Zudem: Stellen Sie sich darauf ein, dass der Kenntnisstand Ihres Kunden niedrig sein könnte und der Widerspruch hoch – und dass Sie schon in Ihrer Vor-

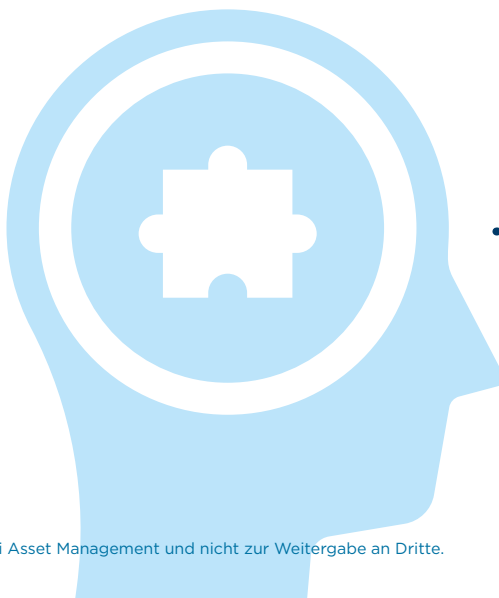
bereitung auf den Termin absolute Transparenz schaffen müssen. „Die Sache hat doch irgendeinen Haken“ – solche Einwände können kommen. Es ist zudem wichtig, dass Sie die Nachhaltigkeitsstrategie Ihres Hauses kennen und Ihre Argumentation mit ihr in Einklang bringen.

MACHEN SIE SICH SCHON IM VORFELD EIN BILD



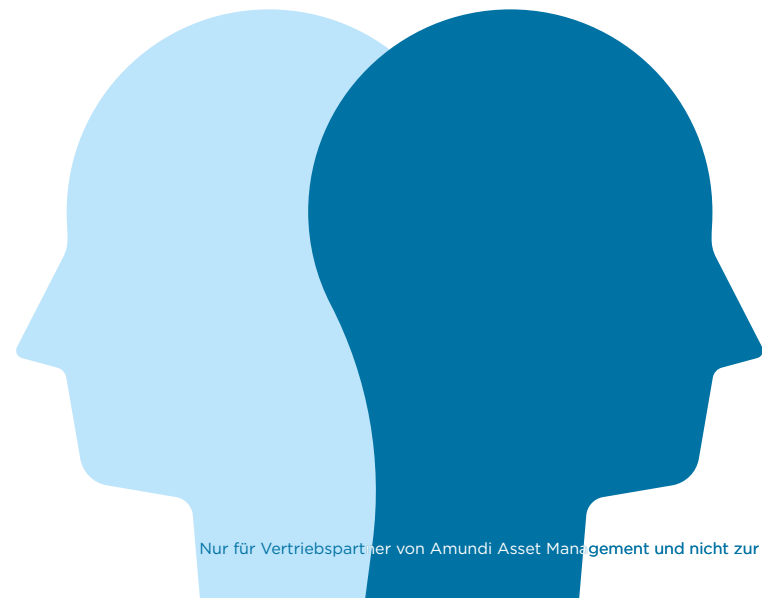
Welchen persönlichen Anknüpfungspunkt habe ich? Ärztin? Hobby-Imker? Wanderer?

Wie sieht das Depot des Kunden aus und wie könnte er es sinnvoll ergänzen?



Wie schätze ich die Haltung des Kunden gegenüber dem Thema „Nachhaltigkeit in seinem Leben“ ein?

Wie schätze ich die Risikoneigung des Kunden ein?



CLUSTERN SIE IHRE KUNDEN IN „EMOTIONAL“ ODER „FAKTENORIENTIERT“

Trauen Sie sich, den Kunden vorab zu kategorisieren. Ist er eher ein emotional motivierter Anleger, dem das Thema Nachhaltigkeit persönlich am Herzen liegt? Oder

schätzen Sie ihn eher als faktengetriebenen Anleger ein, der vor allem Erfolgskennziffern braucht? Verinnerlichen Sie folgende Positivbotschaften.

Emotionaler Anleger

„Mit nachhaltigen Investments können Sie der Geldanlage einen Sinn geben.“

Die Nachhaltigkeitsbewegung ist bereits in vollem Gange. Sie können jetzt selbst etwas tun und Teil dieser Bewegung werden.“

„Nachhaltigkeit spielt bei den nachfolgenden Generationen eine ganz zentrale Rolle. Sie können jetzt mit Ihrem Investment ein Zeichen setzen, für das Ihre Familie Sie noch in vielen Jahren lieben wird.“

Faktenorientierter Anleger

„Die Performance nachhaltiger Investments steht der Rendite herkömmlicher Anlagen in nichts nach. Das belegen zahlreiche Studien.“¹

„Wir sprechen hier nicht von Trends, sondern von einem neuen Markt, der schon seit Jahren boomt.“

¹ Quelle: Amundi, eigene Recherche, hauseigene Studie zur ESG-Integration in Aktienportfolios (2019). Weitere Quellen: BVI, Fokus Nachhaltigkeit, Viertes Quartal 2020, Gunnar Friede, Timo Busch und Alexander Bassen, (2015): ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies, Journal of Sustainable Finance & Investment (2015); Analyse der Rating-Agentur Scope zum nachhaltigen Investieren (2018).

5

KUNDENEINWAND

„Was bedeutet ESG eigentlich?“

Environmental – Social – Governance. Zu Deutsch: Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung. Hierbei werden Emittenten nach ökologischen, sozialen und gesellschaftlichen Aspekten sowie nach der Art der Unternehmensführung bewertet. Zu den wirtschaftlichen Werten kommen also Nachhaltigkeit und Ethik hinzu.



KUNDENEINWAND



Ökologische Auswirkungen

Bewertung von Investments nach Umweltkriterien. Zum Beispiel:

- Wie grün agiert ein Unternehmen?
- Wie ist die CO₂-Bilanz?
- Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit einer Umweltgefährdung?



Die Achtung sozialer Werte

Bewertung von Investments anhand sozialer und gesellschaftlicher Aspekte. Zum Beispiel:

- Wie sind die Arbeitsbedingungen?
- Gibt es faire Löhne?
- Gibt es Gleichberechtigung in Bezug auf Geschlecht, Herkunft oder Behinderung?



Die Aspekte guter Unternehmensführung

Bewertung von Investments nach der Art der Unternehmensführung. Zum Beispiel:

- Wie sind die Aufsichtsstrukturen?
- Wie geht man mit Korruption um?
- Welche Kontrollprozesse gibt es?

Wie kann ich im Termin die Wünsche meines Kunden in konkrete Ziele umsetzen?



6

6

Schaffen Sie ein Gesprächsklima der Leichtigkeit. Für einige Kunden ist das Thema Geldanlage mit Stress verbunden. Beginnen Sie, indem Sie von sich erzählen: „Ich habe gerade eine Nachricht von meiner Tochter bekommen, die ist 16 und macht bei Klimademos mit. Ich finde die Denke der jungen Generation ja echt spannend. Wie geht es Ihnen damit?“ Das Beratungsgespräch ist in vollem Gange, obwohl es sich noch nach Small Talk anfühlt.

WIRKEN SIE ZU BEGINN PRIVAT

Verbinden Sie sich über Persönliches mit Ihrem Kunden. Sprechen Sie über alltägliche Nachhaltigkeit in Ihrem eigenen Leben:

- **Bioprodukte, die Sie selbst einkaufen**
- **Ihre Solaranlage auf dem Dach**
- **neue Kochgewohnheiten**
- **das Gesundheitsprogramm Ihrer Firma**

Fragen Sie Ihren Kunden, wie seine Kinder oder Freunde zu Nachhaltigkeit stehen. Nachhaltigkeit ist ein langfristiges Thema, und so sind auch die entsprechenden Investments generationenübergreifend. Seine Kinder werden mit dem Geist der Nachhaltigkeit aufwachsen.

NUTZEN SIE IHREN EXPERTEN- STATUS, FORMULIEREN SIE STATEMENTS

Statement 1

„Ganz ehrlich, Herr Müller: Es geht gar nicht mehr darum, ob ein nachhaltiges Investment für Sie Sinn macht. Es geht darum, welches davon für Sie Sinn macht.“
Erinnern Sie sich an Ihre Vorbereitung: Ist der Kunde ein emotionaler oder ein faktenorientierter Anleger? Dann kennen Sie die Argumente.

Statement 2

„Nachhaltiges Investieren ist nicht so jung, wie man denkt. Aber es wird uralte werden.“
Erinnern Sie sich an Ihre Vorbereitung: Der Zug fährt längst. Der EU-Aktionsplan, der Paradigmenwechsel, die 17 Nachhaltigkeitsziele der UN, die Relevanz von Nachhaltigkeit bei den nachfolgenden Generationen.

MIT ZWISCHENFAZITS STRUKTU- RIEREN SIE IHR VORANKOMMEN

Konstatieren Sie: „Ich habe den Eindruck, Ihnen sind folgende Punkte wichtig ...“
Je konkreter sich das Gespräch in Richtung Produktmöglichkeiten bewegt, desto relevanter ist Ihre Meinung. Auch hier gilt: Bringen Sie Ihren Expertenstatus ein, indem Sie klipp und klar sagen, was Sie machen würden – und was NICHT: „Nach dem, was ich eben von Ihnen gehört habe, passt dieser Fonds nicht zu Ihnen. Ich bin der Überzeugung, dass folgender Fonds besser zu Ihnen passen könnte, und zwar aus diesen Gründen ...“

KUNDENEINWAND

„Mit nachhaltigen Anlagen kann man doch kein Geld verdienen.“

Nachhaltige Unternehmen agieren oft in **Wachstumsmärkten**. Sie bieten Wettbewerbsvorteile – z.B. eine ausgeprägte **Zukunftsfähigkeit des Geschäftsmodells** – und können zum Beispiel einen aktiven Beitrag zur **Lösung drängender ökologischer Probleme leisten**. Das macht sie oft erfolgreich und damit aus Anlegersicht attraktiv.

Eine **Vielzahl von Studien** belegt, dass sich nachhaltige Investments tendenziell besser entwickeln als herkömmliche.¹ Das bestätigt auch ein Vergleich gängiger Aktienindizes **mit ihren nachhaltigen Varianten** über die letzten Jahre.

Nachhaltige Investments unterliegen dennoch grundsätzlich den gleichen Kapitalmarktrisiken wie herkömmliche Anlagen. Verluste sind jederzeit möglich.

¹ Quelle: Amundi, eigene Recherche, hauseigene Studie zur ESG-Integration in Aktienportfolios (2019). Weitere Quellen: BVI, Fokus Nachhaltigkeit, Viertes Quartal 2020. Gunnar Friede, Timo Busch und Alexander Bassen, ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies, Journal of Sustainable Finance & Investment (2015); Analyse der Rating-Agentur Scope zum nachhaltigen Investieren (2018).

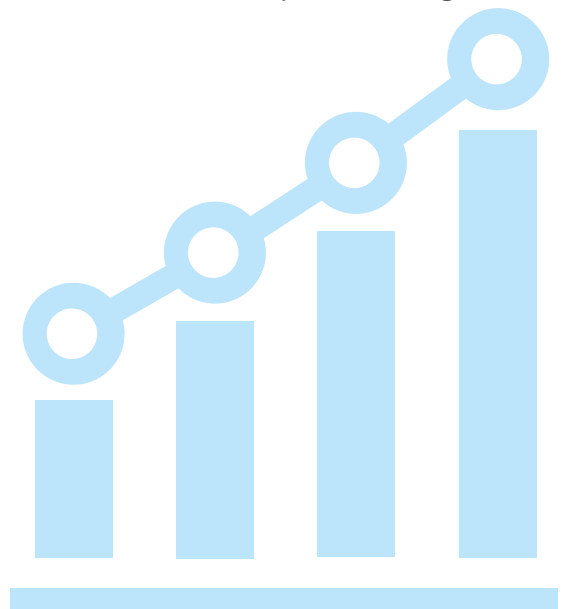
KUNDENEINWAND

„Sind nachhaltige Investments nicht riskanter als klassische?“

Bei nachhaltigen Investments wird in der Regel nicht in Firmen investiert, die in kontroversen Geschäftsfeldern tätig sind oder die die Umwelt massiv schädigen.

Die Explosion der Ölplattform Deepwater Horizon oder die Fukushima-Katastrophe sind gute Beispiele. Das brachte die Kurse der beteiligten Firmen zeitweise gehörig unter Druck. **Wer dort nicht investiert ist, vermeidet solche Risiken.**

Am allgemeinen Kapitalmarktrisiko, dem nachhaltige Investments genauso wie herkömmliche unterliegen, ändert dies allerdings nichts. Verluste sind jederzeit möglich.



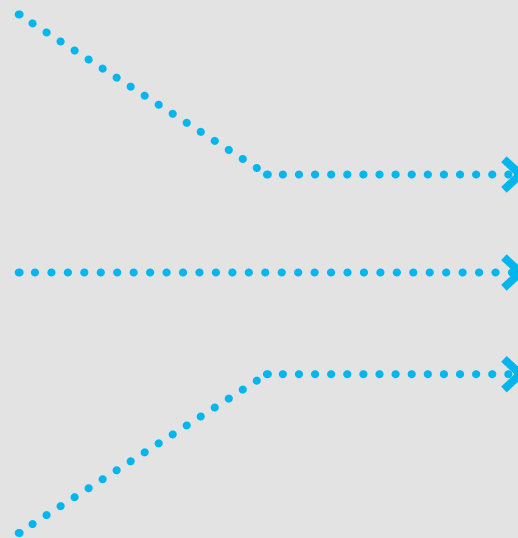
Wie finde ich Produkte, die zu den Wünschen meines Kunden passen?

Sie wissen inzwischen, welche Produkte Ihres Hauses für Ihren Kunden in Frage kommen! Erinnern Sie sich an Ihre Vorbereitung: Sie haben bereits eingeschätzt, ob Ihr Kunde ein emotionaler oder ein faktenorientierter Anleger ist. Alles, was Sie nun noch tun müssen, ist ihn mitzunehmen:

Zeigen Sie ihm, mit welchen Investments er seine Ziele am besten erreichen kann. Die geeigneten Produkte haben Sie bereits verinnerlicht.

Der Geldanlage einen Sinn geben

- Anlagen nach persönlichen Werten/ Wertvorstellungen
- ESG-Chancen bei der Geldanlage nutzen
- Gezielt nachhaltige Branchen und Unternehmen unterstützen
- Eine konkrete Wirkung auf Umwelt oder Gesellschaft erzielen



Ein breites Spektrum an nachhaltigen Investments - hier ein Auszug

- Ausschlüsse nicht nachhaltiger Branchen
- Integration von ESG-Kriterien in die Titelauswahl
- Best-in-Class-Ansatz - Auswahl von Emittenten, die in ihrer jeweiligen Branche gemäß Nachhaltigkeitskriterien führend sind
- Nachhaltige Themenfonds - z.B. Fokus auf Klima oder Bildung
- Impact Investing - neben finanziellen Aspekten werden auch messbare soziale sowie ökologische Ziele verfolgt (Impact bedeutet Wirkung)



KUNDENEINWAND

„Jetzt wollen auf einmal alle Unternehmen nachhaltig sein. Wie soll man da den Überblick behalten?“

Sie müssen dies nicht selbst leisten. Amundi arbeitet mit elf externen Datenlieferanten zusammen, und ein **eigenes ESG-Team** analysiert und bewertet die Unternehmen auf Basis von 37 nachhaltigen Kriterien. In den weiteren Schritten werten eine **Vielzahl von Analysten** die Unternehmen fundamental aus.

Dazu hat Amundi ein fundiertes, hauseigenes ESG-Rating entwickelt, das seit vielen Jahren eingesetzt wird.

KUNDENEINWAND

„Best in Class heißt doch oft: die am wenigsten Schädlichen einer nicht nachhaltigen Branche.“

Der Vorteil an Best in Class ist, dass dieser Ansatz einen **permanenten Veränderungsprozess im positiven Sinne** bewirkt und sich dadurch die breite Masse der Unternehmen kontinuierlich verbessert – denn wer will schon schlechter als der Durchschnitt sein. Zudem geht es bei der Analyse und Bewertung der Unternehmen auch darum, ob das Management eine Bereitschaft an den Tag legt, den Veränderungsprozess aktiv voranzutreiben.



Wie komme ich zu einem nachhaltigen Abschluss des Beratungsgesprächs?

Das Wichtigste zuerst: Bestätigen Sie Ihren Kunden. „Sie haben auf die Möglichkeit gesetzt, Rendite und Gewissen in Einklang zu bringen. Damit gehören Sie zu den Weichenstellern – zu denjenigen, die mit ihren

Investments einen Unterschied machen. Darauf können Sie stolz sein. Das wird in Ihrem Bekanntenkreis vermutlich auf großes Interesse stoßen.“

1 BEGINNEN SIE MIT DER SIEGEREHRUNG



Nehmen Sie **drei** zu den Wünschen Ihres Kunden passende Produkte in die **Schlussauswahl**. Ordnen Sie diese aus Ihrer Sicht als Experte in **Gold, Silber und Bronze**.



Bekennen Sie Farbe: Klammern Sie das drittplatzierte Produkt bewusst aus und begründen Sie diesen Schritt anhand dessen, was Ihnen Ihr Kunde über seine Anlagebedürfnisse erzählt hat.



Nun **empfehlen Sie ihm Ihren Goldmedaillengewinner**. Ebenfalls begründet!

Eine Investition braucht eine Wohlfühlentscheidung. Drängen Sie Ihren Kunden nicht. Zeigen Sie Verständnis, indem Sie eine Extraschleife mit Ihrem Kunden gehen: „Ich merke, Sie zögern noch. Ist vielleicht noch eine Frage offen? Womit fühlen Sie sich unwohl?“

Geben Sie ihm ein gutes Gefühl, dann kann es weitergehen. Wenn nicht, gönnen Sie ihm eine Atempause: „Ich weiß, das war ganz schön viel auf ein Mal. Wie wär's, wenn Sie alles etwas sacken lassen und wir in drei Tagen wieder sprechen?“

2 NENNEN SIE MEHRERE QUELLEN



Liquidität: Bleibt das Geld auf dem Sparbuch, verliert es an Kaufkraft. Machen Sie klar, dass die Renditechancen mit einer nachhaltigen Anlage zunehmen können. Weisen Sie dabei auf die entsprechenden Risiken hin.



Umschichtung: Sie können bestehende Anlagen Ihres Kunden in ESG-Fonds umschichten. Informieren Sie über ggf. höhere Risiken.

3 SO GELINGT DER SANFTE ABSCHLUSS



Haben Sie den Eindruck, Ihr Kunde kann keine abschließende Entscheidung treffen? Dann bieten Sie ihm eine Alternative an. Zum Beispiel die **50:50-Lösung**: „Ich habe den Eindruck, dass Ihnen Platz 1 und Platz 2 gleichermaßen sympathisch sind. Wie wäre es, wenn wir das Investment 50:50 aufteilen? Ich würde ohnehin vorschlagen, dass wir in drei und in sechs Monaten gemeinsam draufschauen und gegebenenfalls nachjustieren.“ Und Sie haben bereits den ersten Schritt zum **Cross-Selling** gemacht.



KUNDENEINWAND

„Warum arbeitet Ihr Haus/Ihre Bank gerade mit Amundi zusammen?“

Amundi ist die größte europäische Fondsgesellschaft¹, managt weltweit 378 Mrd. Euro² unter nachhaltigen Gesichtspunkten und hat hier enormes Know-how.

Amundi begleitet das Thema Nachhaltigkeit/ESG schon seit Mitte der 80er-Jahre und verfügt hier über einen großen Erfahrungsschatz und eine sehr hohe und nachgewiesene Kompetenz.

Amundi hat eine strenge firmenweite Ausschlusspolitik (z.B. werden umstrittene Waffen aus sämtlichen Anlagen von Amundi ausgeschlossen) und ein breites Spektrum an nachhaltigen aktiven und passiven Investmentlösungen.

Amundi ist Gründungsmitglied der weltweit führenden Initiative für verantwortliches Investieren, Principles for Responsible Investment (PRI), der UN.

¹ Quelle: IPE "Top 500 Asset Managers", Juni 2020 basierend auf dem verwalteten Vermögen (AuM) per 31.12.2019. ² Stand: 31.12.2020.

KUNDENEINWAND

„Die Fondsgesellschaft stimmt in den Hauptversammlungen der Unternehmen mit ab – was kann da schon erreicht werden?“

Viele Unternehmen nehmen die kritische Stimme von Amundi gerade aufgrund der Größe sehr ernst. Damit kann Amundi **im positiven Sinne Veränderungen anstoßen**. Über Stimmverhalten und regelmäßige Investorengespräche können Unternehmen sogar sehr individuell begleitet werden. 2020 hat Amundi an **4.250 Hauptversammlungen teilgenommen und vom Stimmrecht zu kritischen ESG-Themen Gebrauch gemacht**, so etwa zum Kampf gegen den Klimawandel oder zur Verringerung von Ungleichheiten.



Wie kann ich nach dem Abschluss am Ball bleiben und die Kundenbeziehung ausbauen?

Bereiten Sie Ihr Nachfassen noch während des Beratungsgesprächs vor. „In der heutigen Welt passiert sehr viel, wir sollten in Kontakt bleiben. Es ist mir wichtig, dass Ihre Anlagen in die richtige Richtung laufen.“

Deswegen würde ich gern mit Ihnen den 100-Tage-Check machen.“ Da sagt kein Kunde nein. Fragen Sie ihn lediglich, auf welchem Weg ihm die Kontaktaufnahme am liebsten ist: per Telefon oder per E-Mail – manche Kunden bevorzugen sogar einen Kurznachrichtendienst.

9

DER 7-TAGE-GLÜCKWUNSCH

Natürlich warten Sie keine 100 Tage. Rufen Sie Ihren Kunden eine Woche nach dem Abschluss an, um ihm Sicherheit zu geben: „Ich habe mich persönlich darum gekümmert, dass Ihre Anlage in Ihrem Depot eingebucht ist. Jetzt, mit einer Woche Abstand, kann ich nur sagen: Es war die richtige Entscheidung.“ Das reicht fürs Erste. Es sei denn, ihr

Kunde hat im Gespräch weitere Bedarfssfelder angesprochen, etwa eine Altersvorsorge. Dann nutzen Sie diesen konkreten Anknüpfungspunkt, ohne zu drängeln: „Sie haben erwähnt, Sie müssten sich auch noch mal um Ihre Altersvorsorge kümmern. Was halten Sie davon, wenn ich Ihnen einige Möglichkeiten vorbereite?“



9

DER 100-TAGE-CHECK

Sie haben die Chance, Ihren Kunden ganzheitlich zu beraten. Schauen Sie sich die Bedarfsabfrage in Ihrem Analyse-Tool an. Es gibt sicher noch Lücken in der 360°-Betrachtung Ihres Kunden. Nutzen Sie den 100-Tage-Check zuerst für eine Zwischenbilanz – berichten Sie Ihrem Kunden, wie sich seine nachhaltigen Anlagen

entwickeln. Dann nutzen Sie aktuelle Entwicklungen, um seinen Blick zu öffnen: „Haben Sie gelesen, was gerade durch die ganze Presse gegangen ist? Einige Länder haben ihre Einstellung zum Klimaabkommen geändert! Für Ihre Anlagen bedeutet das, wir sollten uns jetzt Gedanken über Ihr Portfolio machen.“

KUNDENEINWAND

„Ich habe doch schon einen grünen Fonds, warum soll ich denn jetzt noch einen kaufen?“

Das ist schon mal ein guter Anfang. Mittlerweile ist klar, dass nachhaltige Anlagen auch unter Renditegesichtspunkten recht attraktiv sein können und gleichzeitig der Geldanlage einen Sinn geben. Was spricht also dagegen, das Engagement hier auszubauen? **Und: Mit dem S (Sozial) und dem G (gute Unternehmensführung) gibt es noch weitere interessante Aspekte rund um das Thema nachhaltiges Investieren – weit über die ökologische Perspektive hinaus.**

KUNDENEINWAND

„Eine Direktinvestition ist doch auch sinnvoll.“

Ein Fonds ist das Vehikel dafür, **viele Themen gleichzeitig** anzugehen, in viele Unternehmen zu investieren und auch regelmäßig kleinere Beträge anzulegen. Zudem muss man sich **nicht selber um die Anlage kümmern**, d.h., über den Fonds bekommt man auch die Expertise, in die richtigen Unternehmen zu investieren.



Warum ist Amundi der geeignete Partner für mich?

Amundi nutzt seine Größe: Der europäische Vermögensverwalter Nr. 1¹ fördert, überwacht und bewertet die Verbesserung der ESG-Standards bei seinen Emittenten – und nutzt dafür sein Stimmrecht in Hauptversammlungen.

1 Quelle: IPE "Top 500 Asset Managers", Juni 2020 basierend auf dem verwalteten Vermögen (AuM) per 31.12.2019.

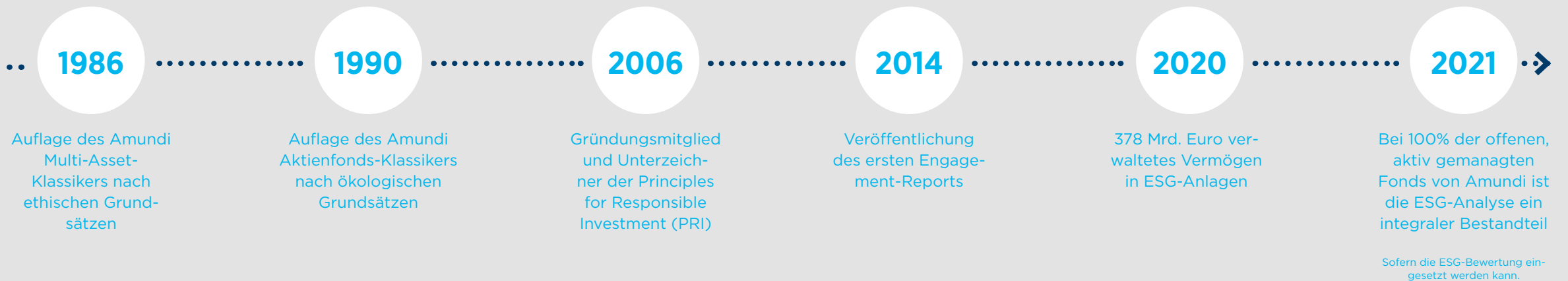


DEUTSCHLAND TEST hat 2020 zusammen mit dem Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) und dem Wirtschaftsmagazin FOCUS-MONEY in einer Studie das Verbrauchervertrauen zu 17.000 Marken aus 280 Branchen ausgewertet.



Euro am Sonntag hat in der Ausgabe Nr. 47 (2020) durch das Deutsche Kundeninstitut (DKI) 26 Anbieter von ESG-Fonds auf Nachhaltigkeit, Transparenz und Angebot testen lassen.

AMUNDI IST EUROPAS GRÖSSTER VERMÖGENSVERWALTER



Quelle: Amundi. Stand: 31.12.2020.

10

378

Mrd. Euro gemanagte Kundengelder in ESG-konformen Investmentlösungen – mit Amundi-eigener ESG-Ratingmethodik



11

renommierte ESG-Ratingagenturen hat Amundi als Kooperationspartner

35

Spezialisten arbeiten bei Amundi im hauseigenen ESG-Team



11.200

Emittenten werden hinsichtlich ihres ESG-Profiles akribisch analysiert

10

Nur für Vertriebspartner von Amundi Asset Management und nicht zur Weitergabe an Dritte.

Sofern nicht anders angegeben, haben sämtliche in diesem Dokument enthaltenen Angaben den Stand 28.02.2021 und stammen von Amundi Asset Management. Die in der Vergangenheit erzielten Erfolge sind keine Garantie für die zukünftige Entwicklung einer Anlage. Soweit nicht anders angegeben, beruhen die in diesem Dokument enthaltenen Ansichten auf Recherchen, Berechnungen und Informationen von Amundi Asset Management. Diese Ansichten können sich jederzeit ändern, abhängig von wirtschaftlichen und anderen Rahmenbedingungen. Es gibt keine Gewähr, dass sich Länder, Märkte oder Branchen wie erwartet entwickeln werden. Investitionen beinhalten gewisse Risiken, darunter politische und währungsbedingte Risiken. Die Rendite und der Wert der zugrunde liegenden Anlage sind Schwankungen unterworfen. Dies kann zum vollständigen Verlust des investierten Kapitals führen.

Diese Broschüre ist kein Verkaufsprospekt und stellt kein Angebot zum Kauf oder Verkauf von Anteilen in Ländern dar, in denen ein solches Angebot nicht rechtmäßig wäre. Außerdem stellt diese Broschüre kein solches Angebot an Personen dar, an die es nach der jeweils anwendbaren Gesetzgebung nicht abgegeben werden darf.

Amundi Deutschland GmbH
Arnulfstraße 124-126
80636 München
Deutschland

Gebührenfreie Telefonnummer für
Anfragen aus Deutschland:
0800.888-1928

www.amundi.de/nachhaltiges-investieren