

Gemeinwohlbericht

Mathias Winkler – Nachhaltige Finanzlösungen (Kompaktbilanz)

Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname: Mathias Winkler – Nachhaltige Finanzlösungen
Rechtsform: Einzelfirma
Website: www.nachhaltige-finanzloesungen.de
Branche: Finanzberatung, spezialisiert auf ethisch-ökologische Geldanlagen
Firmensitz: 81543 München, Freibadstraße 30

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: nur Inhaber
Vollzeitäquivalente: Saison- oder Zeitarbeitende: keine (siehe Bemerkung unter C1)
Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen: keine

Umsatz: ca. 100.000,-
Jahresüberschuss: ca. 77.000,-
Berichtszeitraum: 2017

Kurzpräsentation des Unternehmens

Als selbständiger Finanzplaner und zertifizierter Fachberater für nachhaltiges Investment gebe ich meinen Kunden Orientierung am Markt der ethisch-ökologischen Geldanlagen und Versicherungen. Ich plane, welche Produkte am besten zur Situation des Kunden passen und bei welchen Sicherheit, gute Rendite und ökologisch-/ethische Verantwortung Hand in Hand gehen. Dabei verschaffe ich einen Überblick über eine sehr breite Marktauswahl ethisch-ökologischer Finanzprodukte und vermittele dann diese Produkte und betreue dabei meine Kunden auch langfristig bei allen Veränderungen am Markt und beim persönlichen Bedarf.

Produkte / Dienstleistungen

Mein Dienstleistungsangebot ist die Beratung und Vermittlung von ethisch-ökologisch orientierten Investmentfonds, Versicherungen und Direktinvestments. Zusätzlich auch Beratung und Vermittlung von Baufinanzierungen und andere Finanzthemen.

Anteil der Dienstleistungen am Umsatz nach beratenen Produktkategorien:
Nachhaltige Geldanlagen: ca. 70%
Nachhaltige Versicherungen: ca. 20%
Nicht explizit nachhaltige Finanzprodukte (v.a. Baufinanzierung) ca. 10%

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Mein Bezug zur Gemeinwohl-Ökonomie läßt sich wie folgt beschreiben: Der Fokus meines Beratungsansatzes liegt auf der strengen Auswahl nach Nachhaltigkeitsgesichtspunkten von Investments für meine Kunden. Die Steuerung von Geldströmen in ethisch-ökologisch orientierte Anlagen hat eine wesentliche, direkte Nachhaltigkeitswirkung. Beispiele: Erneuerbare Energien Projekte, am besten von mittelständischen, lokalen Anbietern die nicht zu großen Finanzkonzernen gehören und die in Privatbesitz auch nicht nach reiner Renditemaximierung streben. Ebenso gehört z.B. eine regionale Wohnungsgenossenschaft zu meinen Empfehlungen, die nicht nur nach hohen ökologischen Standards baut, sondern vor allem eine hohe sozialen Wirkung bietet (kleine, selbst-verwaltete Demenz- und Pflege-Wohngemeinschaften und Mehrgenerationen-Häuser).

Als weitere gemeinwohlbezogenen Aktivitäten sind zu nennen:

Neben dem Hauptfokus auf der Auswahl von ethisch-ökologischen Geldanlagen ist auch der Bürobetrieb möglichst nachhaltig organisiert: Zulieferer (Büroraum, Büromaterial, Strom, Internet) sind großteils mittelständische, meist lokale Anbieter mit hohem Nachhaltigkeitsbewußtsein. Dienstfahrten werden ausschließlich mit Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln durchgeführt, nur ganz selten im Taxi oder durch Mitfahrt bei Kollegen im Kfz. Des weiteren leiste ich ehrenamtliches Engagement in diversen Vereinen innerhalb und außerhalb meiner Branche.

Kontaktperson:

Mathias Winkler, Tel. 089 / 653 08 647, winkler@nafil.de

Testat:



Zertifikat:	Peerevaluation	Gemeinwohl-Bilanz	für	Mathias Winkler – Nachhaltige Finanzlösungen
	M5.0 Kompaktbilanz	2017	Peergruppe:	PG 2017 MÜNCHEN
Begleiter*in	Katja Ungar		Beteiligte Peergruppen Firmen ver.de für nachhaltige Entwicklung e.G. grimm Vermögensberatung	

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 70 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 20 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 60 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 10 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 10 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 0 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 0 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 0 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 0 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 0 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 0 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmern: 70 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 70 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produktransparenz: 60 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 80 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 70 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 80 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 50 %
			Testat gültig bis: 31. Juli 2021	BILANZSUMME: 463

Mit diesem Zertifikat wird das Peergroup-Ergebnis des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Zertifikat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0. ZertifikatID: gtgpc
Nähere Informationen zur Matrix und dem Verfahren der Peerevaluation finden Sie auf www.ecogood.org

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

Da das eigene Geschäftsmodell aus Beratung und Vermittlung von Finanzprodukten besteht und der (derzeitige) 1-Mann Betrieb nur sehr geringe Ressourcen eines einfachen Bürobetriebes benötigt, gibt es außer einer geringen Menge an Büromaterial (und dem Büroraum) praktisch keine physischen Produkte, die zugekauft werden müssen. Was das Büromaterial betrifft, so wird dies fast ausschließlich über die Firma „Memo“ bezogen, die selbst und mit ihren Produkten eine ausgezeichnete Nachhaltigkeitsbewertung genießt.

Der gemietete Büroraum zeichnet sich zunächst dadurch aus, daß er nur etwa 150m vom eigenen Wohnort entfernt liegt, dadurch entfällt jeder Bedarf der täglichen Nutzung von Verkehrsmitteln. Im Büro bin ich zwar nur einer von ca. 30 Mietern, da die Vermieterin jedoch grundsätzlich aufgeschlossen für Verbesserungsvorschläge ist, wurden auch schon einige Anregungen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit gegeben und auch umgesetzt (z.B. Ökostrom, Müllreduzierung und -recycling, Einkauf von Verbrauchsgütern).

Falls andere Orte aufgesucht werden müssen, erfolgt dies zwangsläufig (da der Inhaber sowieso keinen Führerschein hat) nur zu Fuß, mit Fahrrad oder dem Öffentlichen Personennahverkehr.

Aber auch für Kunden und evtl. zukünftige Mitarbeiter ist Bürostandort ist relativ zentral und sehr gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar (Büro nur 2 Min. von U-Bahnstation Kolumbusplatz entfernt, Fahrtzeit zum Hauptbahnhof nur 5 Minuten).

Bio- Lebensmittel werden privat bevorzugt (größtenteils Demeter), auch während der Bürotätigkeit wird nach Möglichkeit größtenteils nur Bio-Sortiment eingekauft. Der Inhaber ist außerdem sehr lange schon Vegetarier.

Die eigentliche Zulieferkette besteht in Falle der hier vorliegenden Branche aus Dienstleistungs-Organisationen wie einem Maklerpool oder einem sog. Haftungsdach, die jeweils essentielle Dienstleistungen für einzelne Finanzberater bereitstellen. In meinem Fall sind das i.W.: die Firmen Qualitates und Netfonds (und weitere). Generell gibt es in dieser Branchen nur sehr wenige Beispiele mit ansatzweisen Nachhaltigkeitsstrategien, hierzu ist vor allem die Qualitates GmbH zu zählen, in den anderen Fällen gibt es schlicht noch keine praktikablen, nachhaltigen Alternativen am Markt.

Weiterhin kann man als Zulieferer auch IT-Dienstleister zählen, die z.B. die Homepage betreiben oder Email-Dienste anbieten. Ich nutze mit den Firmen Nigmanauten, Posteo, Xodox und M-Net immerhin Anbieter, die schon einen recht guten Nachhaltigkeitsansatz haben (Posteo) oder zumindest größtenteils in öffentlicher Hand sind (M-Net). Xodox ist als kleinere Firma auch noch recht überschaubar. Unumgänglich aktuell ist es für mich allerdings auch, noch Dienste von großen Konzernen wie Vodafone oder Google zu nutzen.

Als weiterer Dienstleister, der nun eine exzellente Nachhaltigkeit aufweist ist die Firma Ulenspiegel Druck zu nennen, bei denen ich sämtliche Druckstücke wie Flyer und

Visitenkarten in Auftrag gebe. Bei allen weiteren Dienstleistern bevorzuge ich soweit wie möglich kleine, lokale Firmen, deren Verhältnisse ich gut kenne und von denen ich weiß, daß sie insgesamt einen verantwortlichen Geschäftsbetrieb aufweisen.

Zusammengefasst ergibt sich folgende Übersicht von Zulieferern bzw. genutzten Dienstleistern:

Produkt/Dienstleistung	Anbieter	Besonderheit	Anteil
Büromaterial	Memo AG	Nachhaltigkeitsbericht, Branchen-Vorreiter	90%
Geschäftskonto	Postbank	Als Deutsche Bank Tochter nicht nachhaltig, wegen Komplexität & Aufwand derzeit noch kein Wechsel, aber geplant	100%
Arbeitsplatz in München	KS Business-Center (Coworking)	Kleiner Anbieter, auf Nachhaltigkeits-Anregungen wird oft eingegangen	100%
Druckerzeugnisse	Ulenspiegel Druck Andechs	GWÖ Bilanz, Nachhaltig, Glaubwürdig, Regional	90%
Abwicklungs-Plattformen Vermögensanlagen	Qualitates GmbH	Konzernunabhängig, ausschließlich von Beraterkollegen getragen und gehalten	100%
Abwicklungs-Plattformen Versicherung	Volkswohlbund Versicherung, Netfonds	Volkswohlbund als mittelgroßer Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit und mit glaubwürdiger Nachhaltigkeitsstrategie, Netfonds ohne nachhaltige Alternative	100%
IT	Posteo (Email), Xodox (Hosting) Nigmanauten (Webspace)	Posteo mit guter Nachhaltigkeitsstrategie, Xodox und Nigmanauten sind regionale, mittelständischer bzw. kleine Anbieter	95%
Mobilität	MVV Jahresticket, BahnCard 50	Ausschließlich ÖPNV, kein eigenes Kfz	95%
Telekommunikation	M-Net, Vodafone	mit M-Net lokaler Anbieter in öffentlicher Hand, bei Mobilfunk (Vodafone) gibt es keine praktikablen Alternativen	100%
Internetwerbung	Google	Nur geringe Nachhaltigkeit, problematische Aspekte, aber derzeit ohne Alternative	80%

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

A1 Negativaspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Nach allen bekannten und öffentlich zugänglichen Informationen kann keine Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette festgestellt werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

Die Kriterien hierzu decken sich nahezu vollständig mit den bereits unter Punkt A1 beschriebenen Angaben. Auch in diesem Punkt kann eine konkrete, eigene Überprüfung der Einhaltung von Standards selbst nicht geleistet werden. Ich muß mich daher immer auf gegebenenfalls vorhandene Nachhaltigkeits-Labels und öffentlich zugängliche Informationen hierzu verlassen.

Zu den Anteilen im Einzelnen sei auch auf die Tabelle unter Punkt A1 verwiesen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

Wechsel der Bankverbindung, wie beschrieben.

A2 Negativaspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Von einer Marktmacht kann man bei einem 1-Mann-Unternehmen dieser Größenordnung sowieso nicht sprechen, daher ist die Betrachtung hier irrelevant.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

A3 Ökologische Nachhaltigkeit In der Zulieferkette

Auch hier decken sich die Angaben weitestgehend zu den oben unter Punkt A1 aufgeführten Erläuterungen und der dort aufgeführten Tabelle.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

A3 Negativaspekt: unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Siehe obigen Angaben unter Punkt A1.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

Aufgrund des vorliegenden Geschäftsmodells sehe ich für diese Punkte keine praktikablen Ansätze einer Förderung, Prüfung oder Sanktionierung eines partizipativen, transparenten Umgangs innerhalb der „Zulieferkette“.

Labels dieser Art, die auf das eigene Geschäftsmodell zuträfen sind mir nicht bekannt.

Ansonsten kann ich hier nur auf die bereits oben gemachten Angaben verweisen und darauf setzen, daß bei nachhaltig orientierten Anbietern, die ich in der Zusammenarbeit ausgewählt habe, auch diese Kriterien der Partizipation einen angemessene Beachtung finden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Die Geschäftsbankverbindung ging hervor aus der Bankverbindung mit der Postbank, die für den Inhaber seit 2003 besteht (also seit einer Zeit, in der die Postbank noch vollständig in Staatsbesitz war). Bei der Postbank besteht auch ein Kreditrahmen auf den Girokonto (welcher selten, aber doch grundsätzlich benötigt wird). Die Postbank ist als (inzwischen) Tochtergesellschaft der Deutschen Bank sicherlich nicht als nachhaltig orientiertes Finanzinstitut einzuordnen. Daher besteht auch grundsätzlich die Absicht, die Bankverbindung zu wechseln und eine ethisch-ökologisch orientierte Bank dafür

auszuwählen. Der einzige Grund, warum dieses Vorhaben bisher noch nicht umgesetzt wurde, ist der sehr große damit verbundene Aufwand. Neben den zahlreichen Abbuchungsvereinbarungen gibt es auch eine Anzahl schriftlicher Vereinbarungen mit Geschäftspartnern, von denen Vergütungen gezahlt werden. Dies müssten bei einem Bankwechsel alles neu vereinbart. Ebenso müsste während der Wechselphase die einwandfreie Umstellung auf ein neues Konto überwacht werden. Weiterhin dürfte es nicht immer ganz einfach sein, bei einer neuen Bankverbindung von Anfang an einen ähnlichen Kreditrahmen eingerichtet zu bekommen.

Daher besteht derzeit ganz pragmatisch die Entscheidung, die ohnehin knappen Zeitressourcen nicht noch mit dem Aufwand eines Bankwechsels zu belasten.

Eigen- und Fremdkapitalquoten können mangels Bilanzierung nicht beziffert werden, bzw. machen bei einer privat finanzierten Einzelfirma keinen Sinn. Abgesehen von dem genannten Kreditrahmen in geringer Größenordnung werden ausschließlich Eigenmittel des Inhabers eingesetzt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

Sobald in der Zukunft ein entsprechender zeitlicher Freiraum absehbar ist, soll die Bankverbindung auf ein nachhaltig arbeitendes Institut umgesetzt werden.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

Da es sich um ein nicht-bilanzierendes Einzelunternehmen handelt, ist das Thema Ansprüche von Eigentümern nicht relevant und die Risikovorsorge für mögliche Zukunftsausgaben wird ausschließlich über die persönlichen Ersparnisse des Inhabers dargestellt. Konkrete Angaben hierzu sollen, da sie die rein persönlichen Vermögensverhältnisse des Inhabers betreffen, hier nicht gemacht werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

B2 Negativaspekt: unfaire Verteilung von Geldmitteln

Da es sich um eine Einzelfirma handelt und nur die persönlichen Geldmittel des Inhabers einfließen, kann zur Verteilung von Geldmitteln nichts relevantes oder sinnvolles berichtet werden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

Für das eigene Unternehmen als kleine 1-Mann-Firma und reiner Büro-/Beratungsbetrieb ist die Investitionsplanung kaum relevant, denn wesentliche Investitionen sind b.a.w. nicht geplant und scheinen auch in der näheren Zukunft eher unwahrscheinlich.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

B3 Negativaspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Da es sich bei dem hier vorgestellten Unternehmen um einen reinen Beratungs-Dienstleister handelt, ist der Bedarf an physischen Ressourcen nur minimal, daher treten auch keine ökologisch bedenklichen Abhängigkeiten auf.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

B4 Eigentum und Mitentscheidung

Als Eigentümer gibt es nur den Inhaber Mathias Winkler (Einzelfirma zu 100%). Mitentscheidung, Eigentumsbeteiligung und Aspekte der Eigentümerstruktur sind daher nicht relevant.

Zu bisherigen Umsetzungen und künftigen Zielen kann, da Veränderungen weder erfolgt noch geplant sind, auch nicht berichtet werden.

B4 Negativaspekt: feindliche Übernahme

Auch das Thema keine feindlichen Übernahmen ist in diesem Fall nicht relevant.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Da im Berichtszeitraum (bis auf wenige Stunden an 3 Tagen im Jan. 2017 – auslaufender, kurzfristiger Minijob-Vertrag) im Unternehmen keine Mitarbeiter angestellt waren, sind die Punkte hier unter C, die sich auf die Arbeitsbedingungen beziehen, nicht relevant.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

C1 Negativaspekt: menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Nicht relevant, siehe oben.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Hier nicht relevant – siehe Bemerkung bei C1.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

C2 Negativaspekt: ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Nicht relevant, siehe oben.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

C3 Ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden

Hier nicht relevant – siehe Bemerkung bei C1.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Hier nicht relevant – siehe Bemerkung bei C1.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

C4 Negativaspekt: Verhinderung des Betriebsrates

Hier nicht relevant.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

D1 Ethische Kundenbeziehungen

Zunächst kann zum Thema Kundengewinnung festgestellt werden, daß Neukunden hauptsächlich durch persönliche Kontakte aus Netzwerkarbeit, Empfehlungen, Messeauftritte (Heldenmarkt, u.a.) gewonnen werden, ein Teil entsteht auch durch Kontaktaufnahme über die Homepage. Diese wird auch durch bezahlte Anzeigen (Google AdWords) beworben. Auf der Homepage findet sich bewußt keinerlei konkrete Produktempfehlung, es wird lediglich versucht, den eigenen Ansatz, das nachhaltige Selbstverständnis des Beraters und die Aktivitäten im ethisch-ökologischen Bereich darzustellen. Wenn sich ein Interessent dadurch angesprochen fühlt und Kontakt aufnimmt, dann biete ich zuerst immer ein kostenfreies und unverbindliches Erstgespräch an, um dem Interessenten die Möglichkeit zu geben, meine Person und meinen Beratungsansatz und ohne Druck auf irgendein Ergebnis zunächst in Ruhe kennenlernen zu können. Danach kann der Interessent sich dann entscheiden, ob er den weiteren (entgeltlichen) Beratungsprozeß in Anspruch nehmen möchte oder nicht.

Das Betreuungsmodell in einzelnen sieht so aus: Stammkunden haben bei einem nennenswerten Bestand an Wertpapieren (v.a. nachhaltigen Investmentfonds, das betrifft einen Großteil der Kunden) einen Vertrag mit einer Servicepauschale, die eine laufende Betreuung pauschal vergütet. Es gibt immer wieder Anlässe zum Kontakt wegen Überprüfung der Depotbestände.

Da dieses Bezahlmodell über eine Servicepauschale lediglich auf Basis des Depotwerts berechnet wird, nicht jedoch etwa über die üblichen Provisionen aus Ausgabeaufschlägen (diese entfallen in meinem Betreuungsmodell vollständig), wird umgangen, daß ein Interessenkonflikt Berater versus Kunde entsteht, Fonds mit Ausgabeaufschlag und entsprechender Provision zu „verkaufen“.

Bei den empfohlenen und vermittelten Anlageprodukte, die tatsächlich eine Provision an den Vermittler zahlen, handelt es sich meist um längerfristige Geldanlagen. In der Tat kann bei der Bezahlung über Provisionen durch den Produktanbieter grundsätzlich ein Interessenkonflikt bestehen. Diesem Umstand bin ich mir sehr wohl bewußt und halte es in diesem Fall aber trotzdem für möglich, eine faire Beratung für den Kunden darstellen zu können, wie ich im folgenden erläutern möchte:

Zunächst einmal ist die eigene Haltung das wichtigste, erst zu überlegen, was für den Kunden in seiner Situation das beste ist und für welche Anlagearten ich mich selbst – wäre ich in dieser Situation des Kunden – unter Abwägung aller Chancen, Risiken und Kosten entscheiden würde.

Vor allem aber pflege ich einen möglichst offenen und transparenten Umgang mit dem Thema Provisionen, was so aussieht, daß ich bei Anlagevorschlägen (die praktisch immer, zur Risikostreuung, aus einem mehr oder weniger breiten Portfolio von vielen verschiedenen Arten von Geldanlagen bestehen) immer ausdrücklich und explizit in einer Tabelle (neben anderen relevanten Daten) auch meinen Provisionssatz aufliste. Alleine dadurch kann der Kunden selbst sehen, daß die Vorschläge mit oft sehr unterschiedlichen Provisionshöhen versehen sind (Unterschiede um den Faktor 2 und mehr sind keine Seltenheit). Dadurch kann der. Kunden schon relativ deutlich erkennen, daß Produkte unabhängig von einer möglichst hohen Provision vorgeschlagen werden.

Grundsätzlich hat das Unternehmen Mathias Winkler – Nachhaltige Finanzlösungen inzwischen einen guten Bestand an Stammkunden mit laufender, pauschaler Vergütung und ist alleine dadurch sowieso nicht mehr so stark auf eine Menge an Neugeschäft angewiesen.

Das Vergütungsmodell insgesamt besteht teils aus Provisionen, die vom Anbieter eines vermittelten Finanzprodukts festgelegt und gezahlt werden, teils aus Honoraren, die fast immer entweder als Pauschale oder in Relation zur anzulegende Geldsumme berechnet werden. Eine Vergütung nach Stundensatz ist eine seltene Ausnahme. Der Hintergrund, warum diese Art der Vergütung gewählt wird, hat durchaus auch einen sozialen Aspekt: Je mehr Vermögen jemand einbringt, desto mehr wird (in absoluten Zahlen) auch bezahlt, je weniger jemand hat, desto weniger. Dies ermöglicht, in einer gewissen Größenordnung, auch Kunden ebenso ausführlich zu beraten, die kein so großes Vermögen haben oder dieses erst aufbauen wollen. Bei einem festen Stundensatz wäre dieser Ansatz so nicht möglich. Ein Kunde, der relativ viel Geld mitbringt, finanziert so meinem Betrieb mit deutlich höheren absoluten Beträgen und ermöglicht dadurch nicht nur die Beratung von „kleineren“ Fällen, sondern auch diverse ehrenamtliche Tätigkeiten. Gleichzeitig ergibt sich aber auch, unabhängig von der angelegten Geldmenge, eine immer vergleichbare Rendite nach Kosten, da diese ja fast immer nur prozentual anfallen.

Da der Vertrieb ausschließlich über den Inhaber durchgeführt wird und auch zukünftig nichts anderes geplant ist, sind die Themen Umsatzvorgaben oder umsatzabhängige Bezahlung von Mitarbeitern nicht relevant.

Welchen Anteil sog. benachteiligte Kundengruppen in der Beratungspraxis haben, kann nicht genau beziffert werden (es werden darüber auch keine Statistiken geführt). Der reine Umsatzanteil dürfte sicherlich, auch aufgrund der dann ja kleineren Anlagesummen, bei prozentualer Vergütung naturgemäß auch wiederum relativ gering sein. Soweit das für den Fortbestand des eigenen Unternehmens vertretbar ist (ohne die Erwirtschaftung der notwendigen laufenden Kosten zu gefährden) werden allerdings ab und zu auch Kunden mit kleinerem Budget beraten. Über das kostenfreie Erstgespräch können in machen Fällen auch schon Dinge geklärt werden, daß manche Angebote für bestimmte Interessenten finanziell (Kosten-Nutzen-Relation) keinen Sinn machen würden. Ich habe mir selbst angewöhnt, im Fortgang der Beratung lieber einen Betrag als Beratungshonorar in Rechnung zu stellen, als den Kunden Produkte mit Provisionen und zu hohen Kosten anzubieten, wenn ich überzeugt bin, daß sich letzteres für den Kunden nicht rechnet oder keinen Sinn ergibt. Ein Beispiel: V.a. bei Selbständigen, die mit wenig Leistungen aus der gesetzlichen Rentenversicherung rechnen können und auch sonst wenig Ersparnisse haben, würde eine neue, private Altersvorsorge in der jetzigen Gesetzeslage wenig Sinn machen, da diese sowieso nur mit der Grundsicherung verrechnet werden würde. Daher empfehle ich in diesen Fällen kein Altersvorsorgeprodukt – auch wenn mir das eine gute Provision einbringen würde.

Ebenso empfehle ich keine Lebens-/Rentenversicherungen, wenn die angestrebten Laufzeiten nicht lange genug sind (unter etwa 10 Jahren ist das der Fall), denn dann wäre die Renditeminderung durch Einmalkosten für den Kunden unangemessen hoch.

Abschließend hier noch die Übersicht über mein Marketingbudget: Bei Umsatz von ca. 100.000 EUR werden ca. 8.000 bis 9.000 EUR p.a. für Marketing ausgegeben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt / Verbesserungspotentiale/Ziele:

Eine laufende, kritische Auseinandersetzung mit der Finanzberatungsbranche im allgemeinen und dem eigenen Geschäftsmodell im besonderen halte ich für sehr wichtig. Ich möchte jederzeit bereit sein, alle Aspekte dazu für mich selbst immer kritisch hinterfragen und ggf. auch verändern zu können, um soweit wie möglich auszuschließen, Kunden ungünstige und nicht nachhaltig nutzbringende Empfehlungen zu geben.

D1 Negativaspekt: unethische Werbemaßnahmen

Für meine Unternehmen kann ich bestätigen, daß keine unethischen Werbemaßnahmen durchgeführt werden, denn es wird generell immer nur mein Beratungsangebot beworben, nie einzelne Finanzprodukte. Und da der Beratungsprozess dann sowieso fast immer länger dauert (normal mindestens 3 Gespräche) ist ein schneller Abschluß einzelner Produkte sowieso ausgeschlossen. Der Kunde hat in Ruhe Zeit, das Für und Wider abzuwägen und sich zu entscheiden.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Den erwähnten Ansatz pflege ich schon länger, kleinere Aspekte wurden und werden laufend angepasst.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

Es gibt eine recht intensive Zusammenarbeit mit anderen Beratern in diversen gemeinsamen Unternehmen und Netzwerken, v.a. sei hier die ehrenamtliche Mitarbeit im Haftungsnetz Qualitates genannt, sowie das freiwillige Engagement innerhalb des Vereines Ökofinanz 21 e.V. In beiden Fällen gibt es einen sehr intensiven Austausch mit anderen Beraterkollegen und ein für alle Beteiligten sehr fruchtbares Geben und Nehmen.

Aber auch in weiteren Netzwerken ist der Inhaber aktiv, wie in dem Verein „Geld mit Sinn“ und „Forum Nachhaltige Geldanlagen (FNG)“. Die Aktivitäten hier sind vielfältig und auch hier immer ehrenamtlich, wie z.B. Mitarbeit in der Organisation von Veranstaltungen zur Finanzbildung, dem Halten von Vorträgen, oder allgemeiner, verwaltender Vereinsarbeit. Einige Vereinen, in denen der Inhaber Mitglied und engagiert ist (Ökofinanz 21 und FNG) beschäftigen sich auch dezidiert mit der Verbesserung von nachhaltigen Branchenstandards.

Der genaue Zeit- bzw. Ressourcenaufwand für die oben geschilderten Kooperationen kann nicht genau beziffert werden, denn ich führe darüber keine Statistiken. Aber grob geschätzt

dürfte dieser Zeitaufwand gut 5% der gesamten Arbeitszeit betragen. Da es keine Mitarbeiter gibt, ist damit auch schon die gesamte Größenordnung genannt.

Die Weitergabe von Aufträgen an andere Unternehmen der Branche ist kommt durchaus öfter vor (z.B. an Spezialisten für Immobilien oder Private Krankenversicherungen), allerdings ist festzustellen, daß in vielen Fällen dabei auch eine Umsatzbeteiligung von den anderen Unternehmen fließt. Eine nicht vergütete Weitergabe von Geschäften gibt es Einzelfällen, ist aber eher selten.

Finanzmittel werden an andere Unternehmen nicht weitergeben, das wäre auch bei der vorliegen Größenordnung des eigenen Unternehmens nicht sinnvoll darstellbar

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

D2 Negativaspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Das Unternehmen kann bestätigen, daß auf schädigendes, diskreditierendes Verhalten gegenüber Mitunternehmen komplett verzichtet wird. Aufgrund der sehr geringen Größe kann von einer Marktmacht sowieso nicht gesprochen werden. Es wird trotzdem aber der Grundsatz beachtet, auch große Mitbewerber (Banken), sowie Beraterkollegen, mit deren Ansatz ich selbst überhaupt nicht übereinstimme, trotzdem gegenüber Kunden nur sachlich und nie herabwürdigend zu kommentieren.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

D3 Ökologische Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Die direkten ökologischen Auswirkungen der eigenen Tätigkeit sind kaum relevant, da keine physischen Produkte umgesetzt werden und die reine Beratungsdienstleistung nur einen minimalen Ressourceneinsatz erfordert.

Dafür haben die indirekte Auswirkungen über die Steuerung der investierten Gelder eine sehr große Bedeutung.

Über die fast ausschließliche Vermittlung von Finanzprodukten mit nachhaltigen Standards (ca. 90%) kann, im Rahmen meiner Umsätze, ein deutlicher, direkter Einfluß auf die ökologisch-ethische Steuerung von Finanzmitteln zur Verbesserung von Umwelt- und sozialen Auswirkungen genommen werden.

Absolute Angaben sind nicht hier möglich, aber im Vergleich zu bestehenden Alternativen in der Finanzbranche (bzw. genaugenommen der großen Mehrheit des üblichen, nicht-nachhaltigen Beratungsansatzes) ist festzustellen, daß die von mir vermittelten Anlagen typischerweise *mindestens* folgende Aspekte von Nachhaltigkeit berücksichtigen:

- Ausschluss von Waffen aller Art
- Ausschluss von Kernenergie
- Ausschluss bei Verstößen gegen die vier Bereiche des UN-Global Compact (Menschenrechte, Arbeitsrechte, Umweltschutz, Bekämpfung von Korruption und Bestechung)
- Einhaltung der Menschenrechte und einer demokratischen Staatsordnung
- Ausschluss bei Nichtratifizierung der UN-Biodiversitäts-Konvention
- Ausschluss von Korruption
- Ausschluss bei Verstoß gegen den Atomwaffensperrvertrag

Nach Abarbeitung dieser und oft auch einiger weiterer Ausschlußkriterien werden dann i.d.R. die Investitionen auch so gesteuert, daß die in der jeweiligen Branchenvergleich besseren Unternehmen bezüglich ökologischen und sozialen Auswirkungen ausgewählt werden.

Da nicht mit physischen Produkten umgegangen wird, sind Themen wie z.B. umweltgerechte Entsorgung etc. im vorliegenden Fall nicht relevant.

Folgendermaßen sind Konsistenz, Effizienz und Suffizienz im eigenen Geschäftsmodell verankert:

Konsistenz: Es gibt einheitliche Kriterien bei allen Kunden, wie der Beratungsprozeß aussieht und es werden Lösungen für Kunden weitestgehend aus einem einheitlichen Produktportfolio umgesetzt.

Effizienz: Die vermittelte Finanzanlagen fördern einen, im Branchenvergleich recht hohen, Standard an Ressourcenschonung

Suffizienz: Es erfolgt z.B. keine Vermittlung von reinen Konsumkrediten, die keine wirklich sinnvolle und nachhaltige Investition für den Kunden darstellen. Ich erlaube mir in meiner Beratungspraxis auch, Kunden z.B. von Immobilienvorhaben mit einem unverhältnismäßig hohen Finanzierungsvolumen abzuraten, wenn ich der Meinung bin, daß sich das auf die längerfristige finanzielle Lage des Kunden negativ auswirkt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

D3 Negativaspekt: bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologischer Auswirkungen

Das Unternehmen kann auch bestätigen, daß es keine bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger ökologische Auswirkungen gibt. Denn es werden weitgehend (zu ca. 90%) nur Finanzprodukte mit ordentlichen bis guten ethisch-ökologischen Standards vermittelt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

-

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

Mitsprachemöglichkeiten bei der konkreten Auswahl der umzusetzenden Finanzprodukte haben meine Kunden per se, dies ist der Kern einer wirklich individuellen Beratung, den Kunden nur für Ihre konkrete persönliche Situation passenden Angebote zu erstellen. Die Auswahl ist nur beschränkt durch das Angebot bzw. durch das von verbundenen Organisationen (wie Maklerpool und Haftungsdach) zur Verfügung gestellte Angebotsspektrum. Durch meine entsprechende Auswahl dieser Organisationen, mit denen ich zusammenarbeite, kann ich jedoch eine sehr breite Marktauswahl an nachhaltigen Finanzlösungen darstellen.

Was so gut wie gar nicht möglich ist, sind direkte und kurzfristige sozial-ökologischen Verbesserung der Produkte und Dienstleistungen in Reaktion auf Kundenimpulse, da der Finanzberatungsmarkt in seiner Ausgestaltung sehr stark gesetzlich reglementiert ist und andererseits ein Einfluß auf Gestaltung der von Dritten erstellten Produkte aufgrund der eigenen geringen Größe praktisch nicht möglich ist. Es gibt nur einen indirekten Einfluß über eine entsprechende Produktauswahl, bzw. Vermeidung von nicht-nachhaltigen Angeboten, bzw., wenn überhaupt, dann einen langfristigen Einfluß über die Lobbyarbeit zur Verbesserung von Branchenstandards über verbundene Organisationen (Qualitates, Ökofinanz 21).

Auch beim Thema Produktinformationen bzgl. Preisfindung ist festzustellen, daß aufgrund der gesetzlichen Vorschriften bei Finanzprodukten umfangreiche ökonomische Informationen zu praktisch jedem Finanzprodukt sowieso vorgeschrieben sind. Nicht vorgeschrieben sind hingegen Informationen zu den nachhaltigen Aspekten der Finanzprodukte. Hierzu stelle ich den Kunden aber soweit wie möglich entsprechende Unterlagen der Produkthanbieter und Dritten zur Verfügung, und v.a. bei Investmentfonds, die Veröffentlichungen von Datenbanken zu deren detaillierten ethisch-ökologischen Kriterien (z.B. die „FNG-Matrix“ oder die Angaben der Datenbank von „nachhaltiges-investment.org“.

Die Kundenmitwirkung zur sozial-ökologischen Verbesserung des Produktangebotes ist grundsätzlich in dieser Branche, wie schon beschrieben, nur sehr schwer möglich, denn aufgrund der Einbindung in ein Haftungsdach und aufgrund der zahlreichen gesetzlichen Regulierungen des Finanzmarktes ist die Auswahl der möglichen Produkte immer komplexen Prüfverfahren und Formvorschriften unterworfen.

Und der Markt der wirklich (ethisch-ökologisch und ökonomisch) überzeugenden nachhaltigen Investments ist noch nicht sehr groß. Daher ist der Spielraum für neue Angebote noch relativ begrenzt.

Jedoch versuche ich alle Anregungen aus dem Kundenkreis und aus meinem fachlichen Netzwerk aufzunehmen, um mögliche neue Angebote, soweit wie möglich, identifizieren zu können und darüberhinaus auch ein konstruktives Feedback an Produkthanbieter geben zu können.

Der Ausweis von Inhaltsstoffen ist im Falle meiner Dienstleistung nicht relevant, da nicht-mit physischen Produkten umgegangen wird.

Zum Thema der Veröffentlichung von Preisbestandteilen ist folgendes zu sagen: Der Provisionsanteil, die eigene „Marge“ sozusagen, wird konsequent und transparent ausgewiesen (wie weiter oben schon geschildert). Dies ist allerdings bei der Vermittlung von Vermögensanlagen auch gesetzlicher Standard. Trotzdem wird ausdrücklich *nicht* versucht, diesen Ausweis möglichst „unauffällig“ in Unterlagen zu platzieren (was möglich wäre), sondern es wird in der Übersicht zu den Vorschlägen deutlich und sofort erkennbar dem Kunden gegenüber dargestellt.

Im Versicherungsbereich gibt es hierbei sicherlich noch Verbesserungspotential. Aber es erfolgt immer die intensive Abwägung bei mir, ob ein Produkt inkl. Provision für den Kunden wirklich einen überzeugenden Nutzen bietet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

Im Bereich der Vermittlung von Versicherungen gibt es, wie erwähnt, noch Verbesserungspotential beim transparenten Ausweis von Provisionen, v.a. weil hierzu eine gesetzliche Regelung noch nicht existiert, dadurch ist auch die Unterstützung von Anbietern (Versicherern) beim Ausweis von Provisionen noch kaum vorhanden. Hier möchte ich selbst durch eigenen Kalkulationen den Kunden zukünftig die eigenen Provisionen möglichst exakt ausweisen können.

D4 Negativaspekt: kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Das Thema „Ausweis von Gefahrstoffen“ ist nicht relevant, da keine physischen Produkte gehandelt werden

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Grundsätzlich ist zum gesellschaftlichen Sinn von Geldanlagen zunächst einmal offen festzustellen, daß ein originäres menschliches Grundbedürfnis damit nicht gedeckt wird. Der größte Teil der Kunden, die ich berate, hat ein Vermögen in einer (typischerweise sechsstelligen) Größenordnung, die als gut bis überdurchschnittlich bezeichnet werden kann. In den meisten Fällen sind die Vermögen bei den Kunden übrigens durch Erbschaften (und/oder Wertsteigerungen bei Immobilien) entstanden.

Was jedoch von vielen meiner Kunden selbst ausdrücklich gewünscht wird, ist eine Planung der Anlage ihrer Gelder, die es ermöglicht, z.B. weniger zu arbeiten (eine Gehaltsreduzierung dadurch kann dann durch Erträge aus den Geldanlagen ausgeglichen werden). Die zusätzliche freie Zeit wollen viele dann lieber für persönliche Entwicklung oder manchmal auch für ehrenamtliche Tätigkeiten einsetzen. Insofern besteht mittelbar schon eine essentielle Förderung von gesellschaftlichen Gemeinwohlaspekten.

Da ich mich in der Eigendarstellung in meinem Marketing als sehr nachhaltig denkender Mensch positioniere, spreche ich sowieso praktisch ausschließlich Interessenten an, die sich zum Thema der sozialen und ökologischen Auswirkungen viele Gedanken machen. Personen, die ausschließlich an Rendite ihrer Geldanlagen interessiert wären, kommen sowieso nicht auf mich zu.

In der Beratung mit meinen Kunden versuche ich, wo das möglich und angebracht ist, auch das Bewußtsein für vielfältige andere Themen der gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen zu schaffen.

Zusammenfassend kann ich feststellen, daß, obwohl ich zunächst einmal nur Menschen mit einem „Luxusproblem“ (nämlich: Was mit dem größeren Vermögen machen) berate, trotzdem indirekt über die Beratung und die Anlage in nachhaltige Anlageformen, eine positive gemeinwohlorientierte Auswirkung geschaffen werden kann.

Konkrete Prozentangaben über Anteile an einem gesamtgesellschaftlichen Nutzen können allerdings aufgrund der Natur des Geschäftes nicht sinnvoll gemacht werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

E1 Negativaspekt: menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Nach Möglichkeit werden nur Finanzanlageprodukte eingesetzt, die Zielinvestments ausschließen, die an Verletzungen von Menschenwürde beteiligt sind.

Ich vermittele zu etwa 90% Geldanlagen mit nachhaltigen Kriterien, z.B. Investmentfonds, die in Aktien und Anleihen nach ethisch-ökologischen Kriterien investieren und Direktinvestments, teilweise auch Rentenversicherungen mit weitgehend nachhaltigen Kriterien.

Wenn man sehr ehrlich ist, ist jedoch auch festzustellen, daß aufgrund der Komplexität des Finanzmarktes und aufgrund fehlender verbindlicher Standards jedoch die (teilweise) Verletzung der Menschenwürde bei einzelnen Produkten nie gänzlich ausgeschlossen werden kann.

Auf der anderen Seite ist jedoch herauszuheben, daß im Vergleich zu der überwiegenden Mehrheit der „konventionellen“ Finanzprodukte in einer nicht-nachhaltigen Finanzberatung die Wahrung der Menschenrechte im hier vorgestellten Geschäftsmodell zunächst mal überhaupt ein Aspekt ist, der immerhin weitgehend beachtet wird und insgesamt ist dadurch eine deutlich bessere Aufstellung in dieser Hinsicht erzielbar.

Da es in Deutschland überhaupt erst ein einziges relevantes Label gibt, das die Nachhaltigkeit von Finanzangeboten beurteilt und dieses Label, das seit 2015 existiert, auch erst nur einen kleinen Teil des Marktes der ethisch-ökologischen Geldanlagen abdeckt (nur einen Teil der Investmentfonds, keine Direktinvestments oder Versicherungen), erfolgt die Bewertung der Geldanlagen, die ich meinen Kunden anbiete, meist auf Basis eigener Recherchen.(und der von Kollegen). Bei Investmentfonds begnüge ich mich nicht damit, solche auszusuchen, die sich selbst „nachhaltig“ nennen, sondern überprüfe erst die ausgewiesenen Nachhaltigkeitskriterien, wie weitgehend und überzeugend diese umgesetzt sind. Weiterhin prüfe ich, stichprobenweise, auch die Zielinvestments der Fonds, also Aktien und Rentenpapiere anhand der veröffentlichten Jahres- bzw. Halbjahresberichte. Nur wenn auch hier keine auffällige Häufung von problematischen bzw. umstrittenen Titeln festzustellen ist, nehme ich den Fonds in die Auswahlportfolien, die ich meinen Kunden anbiete.

Weitere wichtige Quellen zur Beurteilung der ethisch-ökologischen Kriterien ist das Einholen von Meinungen und Beurteilungen Dritter hierzu, sowohl aus der Fachpresse (wie Ecoreporter, der Newsletter von Susanne Bergius, etc.) als auch aus Feedback aus dem eigenen Netzwerk von Kollegen und Fachleuten. Über diese Wege kann immerhin ein Teil der Aussagen der Anbieter einigermaßen plausibel verifiziert werden.

Im Geschäftsmodell eines Beraters und Vermittlers von Finanzanlagen liegt der bei weitem wesentlichste Hebel zur Förderung einer gesamtgesellschaftlichen Nachhaltigkeit in der sorgfältigen Auswahl nach ethisch-ökologischen Kriterien der vermittelten Finanzanlagen. In meinem Fall haben diese aktuell (Stand 2017) ein Volumen von insgesamt etwa 10 Mio. EUR. Demgegenüber ist die Summe, zu der Ressourcen wie Büromaterial etc.

eingekauft wird, verschwindend gering. Sicherlich gehört zu einem überzeugenden verantwortlichen Ansatz, daß auch marginalere Aspekte auf eine Gemeinwohlverträglichkeit hin analysiert und optimiert werden und ich bemühe mich auch, wie in den Punkten A1 ff ausgeführt, dies konsequent und nachhaltig zu gestalten, jedoch den entscheidenden Hebel in der Finanzbranche ganz allgemein sehe ich eindeutig in der möglichst gut überlegten Auswahl der einzelnen Investments, in die das Geld der Kunden schließlich fließen wird.

Neben dem reinen, eigenen vermittelten Volumen an Anlagegeldern sehe ich eine gesellschaftliche Wirkung auch in diesen, folgenden Aspekten:

Dialog mit den Anbietern („Produzenten“) von Finanzanlagen:

Bieten diese noch keine nachhaltigen Produkte an, so vermittele ich diese zwar nicht, äußere aber meinen Wunsch diesbezüglich, denn je mehr Kollegen und Mitbewerber das am Markt tun, desto eher bekommen diese Firmen auch mit., daß eine relevante Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten am Markt herrscht.

Wenn ein Produktgeber dagegen bereits eine gute Anzahl an ethisch-ökologisch orientierten Angeboten vorweisen kann, dann ist auch hier der Dialog und das Feedback wichtig, wie z.B. möglicherweise noch bestehende Schwächen in der Auswahl der Zielinvestments behoben werden können und wie wichtig das für meine Endkunden ist.

Ein Beispiel: Die Fondsgesellschaft Swisscanto schließt in ihren Fonds zwar Nestle als Aktieninvestment aus, hatte aber gleichzeitig eine Anleihe der Firma Nestle in ihrem Portfolio. So oft ich den Kontakt mit Vertretern dieser Fondsgesellschaft habe, weise ich darauf hin und rege an, das doch zukünftig auch konsequenter zu handhaben. Inzwischen wurde dieser Mißstand erfreulicherweise (durch wen auch immer ausgelöst) behoben.

Weiterhin sei in diesem Zusammenhang auch auf die bereits unter Punkt D3 dieser Gemeinwohl-Bilanz genannten Kriterien der Auswahl ethisch-ökologischer Finanzprodukte verwiesen.

Schließlich sehe ich meine Aufgabe in der Beratung darüberhinaus auch darin, meine Kunden in den Fällen zu sensibilisieren, in denen sie noch konventionelle, problematische Finanzdienstleister nutzen. Oft ist den Menschen z.B. nicht klar, daß sie ein Produkt beispielsweise einer Tochterfirma eines sehr großen (und problematischen) Finanzkonzerns nutzen. Hier geht es mir vordringlich gar nicht darum, selbst mit dem Kunden ein möglichst großes Geschäft zu machen, sondern ich nenne den Kunden auch Alternativen, die ich selbst gar nicht gegen Entgelt vermitteln kann, mit dem Ziel, die Menschen aufzuklären was die verantwortungsvolle Nutzung von Finanzprodukten angeht.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

Was die Zahlung von Steuern und Abgaben betrifft, so kann festgestellt werden, daß ich mit meinem Unternehmen keinerlei Methoden betreibe, um zu zahlende Steuern künstlich zu reduzieren. Sozialabgaben fielen im Berichtszeitraum nicht an, da keine Mitarbeiter beschäftigt waren (siehe dazu unter Punkt C1).

Mangels Bilanzierung können genaue Abgabenquoten nicht genannt werden und wären bei der geringen Größe und der Art des Unternehmens auch kaum sinnvoll bezifferbar.

Förderungen oder Subventionen bezieht das Unternehmen nicht.

An freiwilligen, ehrenamtlichen Tätigkeiten zur Förderung des Gemeinwohls engagiere ich mich in einer Anzahl an Vereinen, die die Verbreitung noch nachhaltiger Finanzwirtschaft fördern. Im Einzelnen sind dies:

- Ökofinanz 21 (Mitglied seit 2014)
- Forum Nachhaltige Geldanlagen (Mitglied seit 2014)
- Geld mit Sinn (Gründungsmitglied, seit 2010)
- Regio e.V. München (Mitglied seit 2009)

sowie zwei weitere Vereine außerhalb der Finanzbranche, in denen ich privat Mitglied bin.

Schließlich versuche ich auch noch durch eigene Vorträge zur Verbreitung der Idee der nachhaltigen Geldanlagen beizutragen. So halte ich seit 2013 regelmäßig mehrmals im Jahr Kursabende am Ökologischen Bildungszentrum in München, ebenso vereinzelt auch an anderen Volkshochschulen der Region, sowie auch an anderen Institutionen (z.B. Kritische Akademie Inzell, TU Dresden, etc.). Die Vorträge werden übrigens meist entweder gar nicht oder nur sehr gering vergütet.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

–

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

E2 Negativaspekt: illegitime Steuervermeidung

Das Unternehmen kann bestätigen, daß es keinerlei Praktiken der mißbräuchlichen Steuervermeidung betreibt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

E2 Negativaspekt: mangelnde Korruptionsprävention

Korruption und Lobbyarbeit spielt in meinem Fall, auch aufgrund der sehr geringen Marktgröße, sowieso keine Rolle und selbstverständlich werden auch keine Versuche in dieser Richtung unternommen.

Darüberhinaus wird aber auch auf eine mögliche positive Einflußnahmen bestimmter Produkthanbieter eine hohe Sensibilität gelegt: Ich arbeite zum einen ausschließlich mit Vertragsgestaltungen und Vertragspartner, bei denen die Vergütung unabhängig von dem vermittelten Volumen festgesetzt ist (um Interessenkonflikte zu vermeiden). Weiterhin bestehen über die Tätigkeit als gebundener Vermittler im Haftungsdach Qualitates strenge Compliance-Regeln, was die Annahme von Vergünstigungen von Anbietern betrifft (wenn eine Obergrenze von 35 EUR p.a. überschritten wird, muß dies gemeldet und offengelegt – auch gegenüber Kunden – werden). Ich achte jedoch darauf, daß solche Zuwendungen oberhalb der Bagatellgrenze gar nicht vorkommen und weise in mögliche diesbezügliche Angebote auch konsequent zurück (was manche Produkthanbieter nicht unbedingt gewohnt sind und manchmal verwundert...).

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

–

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

Der wesentlichste Aspekt bezüglich der Reduktion ökologischer Auswirkungen im Geschäftsfeld dieses Unternehmens, der nachhaltigen Finanzberatung, liegt in der Auswahl der empfohlenen Finanzprodukte nach ethisch-ökologischen Kriterien, siehe die ausführlichen Angaben im Punkt D3 dieses Gemeinwohlberichtes.

Darüberhinaus wird auch versucht, wie ebenfalls oben schon teilweise geschildert, den reinen Bürobetrieb (im Rahmen der Umstände, auf die ich einen direkten Einfluß habe), so nachhaltig wie möglich zu gestalten. Hierzu kann im Einzelnen genannt werden:

Eine sehr nachhaltige Mobilität, der Inhaber hat keinen Führerschein, daher scheidet eine eigene Nutzung von Kraftfahrzeugen in welcher Form auch immer sowieso aus. Nur sehr selten wird ein Taxi in Anspruch genommen, ansonsten bei betrieblichen Fahrten/Reisen das Fahrrad oder der öffentliche Personennahverkehr bzw. die Bahn. Dazu besteht ein Jahresabo beim Münchner Verkehrsverbund und eine Bahncard 50. In den Fällen, in denen ein Veranstaltungsort nicht direkt mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar ist, wird dann entweder ein Taxi in Anspruch genommen, oder eine Mitfahrt mit Kollegen im Auto organisiert. Ich erlaube mir, in solchen Fällen aber auch immer den Veranstalter darauf hinzuweisen, daß ein Veranstaltungsort mit einer einigermaßen guten Anbindung an den ÖPNV unter Nachhaltigkeitsgründen zukünftig sehr empfehlenswert wäre -

Der tägliche Weg zur Arbeit ist durch den günstigen Umstand geprägt, daß diese Entfernung nur etwa 150m ausmacht, so daß für der tägliche Weg zur Arbeit in sehr kurzer Zeit zu Fuß erledigt werden kann.

Im Büro selbst werden folgende ökologische Maßnahmen getroffen:

Reduzierung des Stromverbrauchs durch Netztrennung von StandBy Geräten außerhalb der Büroarbeitszeit.

Bzgl. Heizung (CO2-Optimierung) und Strombezug bin ich auf den Vermieter der Büroräume angewiesen. Zumindest zum Strombezug ist mir bekannt, daß der Vermieter einen Vertrag mit den Stadtwerken München hat, welche ökologisch gesehen nicht zu den besten, aber immerhin zu den eher besseren Anbietern gehören.

Darüberhinaus werden auch Anregungen an den Vermieter gegeben zur Verbesserung ökologischer Standards – speziell Müllreduzierung und nachhaltigeren Einkauf. Hier kann ich erfreulicherweise berichten, daß einige dieser Anregungen vom Vermieter auch schon umgesetzt wurden, es gibt z.B. keine Einwegbecher mehr, Getränke nur noch in Glasflaschen und auch die Milch für die Büroküche (Kaffeezubereitung) wird nun immerhin nicht mehr als Billigmilch bei einem großen Discounter eingekauft, sondern in Form von Bio-Milch.

Als Druckerpapier wird ausschließlich Recycling Papier verwendet und es werden standardmäßig fast alle Ausdrücke immer doppelseitig erstellt. Fast sämtliches Büromaterial wird von Anbieter „Memo“ bezogen, der die besten Öko-Standards am Markt hat.

Soweit wie möglich wird versucht, papierlos zu arbeiten und Ausdrücke zu reduzieren. Ausnahme ist nur die Erstellung von Präsentationsunterlagen in der direkten Kundenberatung, hier wird ganz bewußt auf die Präsentation am gedruckten Papier (doppelseitig bedrucktes Recycling-Papier) gesetzt, die haptische Qualität und Unabhängigkeit von der Bedienung von Computersystemen (Konzentration auf das Gespräch) ist der wesentliche Grund hierfür.

Druckerzeugnisse werden ausschließlich über Druckereien bestellt mit hohen Ökostandards, zum größten Teil über die Firma „Ulenspiegel“, welche führend am Markt der nachhaltigen Druckereien ist.

Konkrete Zahlen zu Emissionen und Ressourcenverbrauch können allerdings keine genannt werden, aufgrund der geringen Größe des 1-Mann-Büobetriebes als reines Dienstleistungsunternehmen würden die Zahlen hierzu sowieso kaum irgendwelche relevanten Größenordnungen erreichen. Eine genaue Erfassung dieser Werte würde auf der anderen Seite einen unverhältnismäßig großen (Zeit-)Aufwand darstellen, diese Zeit kann viel effektiver in die Recherche und Auswahl an nachhaltigen Finanzprodukten gesteckt werden, hier ist der ökologische Hebel durch die investierten Kundengeld erheblich höher.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Hinweise an den Vermieter zu verbesserter Nachhaltigkeit im Büobetrieb.

Verbesserungspotentiale/Ziele:

–

E3 Negativaspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Umweltauflagen sind in dem reinen Beratungsbetrieb keinerlei Thema.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

-

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Der vorliegende Gemeinwohlbericht wird selbstverständlich veröffentlicht werden, ansonsten werden von der Einzelfirma Mathias Winkler keine weiteren Berichte publiziert. Auf Grund der sehr geringen Größe ist auch ein expliziter Dialogprozess mit Berührungsgruppen nicht sinnvoll formal umsetzbar, daher auch nicht vorgesehen. Jedoch gibt es einen informellen Dialog mit vielen Vertretern gesellschaftlicher Gruppen, der Inhaber versucht, immer offen zu bleiben gegenüber Anregungen, wie eine soziale und ökologische nachhaltige Ausrichtung in Finanzberatungswesen weiter verbessert werden kann.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Gemeinwohlabilanz wurde erstellt.

Verbesserungspotentiale/Ziele:

Solange es bei der geringen Größe des Einzelunternehmens bleibt, keine

E4 Negativaspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Das Unternehmen kann bestätigen, daß keinerlei Fehlinformationen verbreitet werden, weder in diesem Gemeinwohlbericht, noch auf der eigenen Homepage oder auf Werbepoststücken. Auf eine möglichst transparente Darstellung des Geschäfts- und Beratungsprozesses (vor allem von Vergütungsbestandteilen) wird großer Wert gelegt.

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

(Nicht relevant)

Ausblick

Kurzfristige Ziele

In der nächsten Zeit soll der Bürobetrieb um eine Teilzeitmitarbeiterin erweitert werden, um den Inhaber von administrativen Aufgaben teilweise zu entlasten und mehr Zeit für Beratung von neuen Kunden aber vor allem von Bestandskunden zu schaffen. Dieser geplante Arbeitsplatz soll so weit wie möglich nach Gemeinwohlaspekten gestaltet werden.

Langfristige Ziele

Mittel- bis langfristig soll das bestehende Geschäftsmodell grundsätzlich beibehalten werden und behutsam erweitert werden. Großes Wachstum ist nicht das Ziel. Gearbeitet werden soll vor allem an der Angebotspalette an nachhaltigen Geldanlagen, um noch mehr Möglichkeiten der nachvollziehbaren (am besten regionalen) sozialen und ökologischen Wirkung durch Direkt-Investitionen zu schaffen.

EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Eu COM 2013/207)

Wir verwenden den GWÖ-Berichtsstandard für die Erfüllung der non-financial-reporting-Vorgaben, weil der GWÖ-Berichtsstandard universell, messbar, vergleichbar, allgemeinverständlich, öffentlich und extern auditiert ist.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Diese Gemeinwohl-Bilanz des Unternehmens Mathias Winkler – Nachhaltige Finanzlösungen wurde vom Inhaber Mathias Winkler selbst erstellt.

Die Peer-Group, mit der zusammen der Bericht bewertet wurde, besteht aus folgenden weiteren Personen:

- Thomas Grimm – Grimm Vermögensberatung, Inhaber
- Dr. Marie-Luise Meinhold, ver.de, Gründerin und Vorstand

(Anfangs waren noch zwei weitere Kollegen involviert, die aber vorzeitig den Prozeß beendet haben).

Die Prozessbegleitung der Gemeinwohbilanz haben Katja Ungar und Nikolaus Teixeira übernommen.

Ende Juni 2017 fand das erste Zusammentreffen der Peer Group statt, danach gab es sechs weitere Treffen in 2017 und 2018, sowie Anfang 2019 zum Austausch und zur Besprechung und gegenseitigen Bewertung der einzelnen Matrixpunkte.

Der eigene Gesamtaufwand zur Erstellung dieses Berichts hat sich auf etwa 140 Stunden belaufen.

Bei meinen Mitstreitern aus der Peer-Group und den Begleitern der Gemeinwohlokonomie bedanke mich sehr herzlich für das gute Teamwork und den immer inspirierenden Austausch!

München, den 25.Feb. 2019

Mathias Winkler