

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur**

Band (Jahr): **89 (2009)**

Heft 967

PDF erstellt am: **21.07.2024**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*  
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, [www.library.ethz.ch](http://www.library.ethz.ch)

<http://www.e-periodica.ch>

*Das klingt schön und gut, aber was genau ist eine «soziale Rendite»?*

Es gibt Menschen, die investieren, weil sie etwas bewegen wollen! Konkret helfen sie, individuelle Lebenssituationen zu verbessern. Das ist das Schöne daran: es ist ein reales Engagement mit realen Wirkungen. Natürlich lassen sich diese Dinge auch messen. Es geht zum Beispiel um die Häufigkeit der Nahrungsaufnahme, die Zusammensetzung von Mahlzeiten, die Qualität von Baumaterial oder die Alphabetisierungsquote. In unserem Sozialleistungsbericht geben wir einmal im Jahr Auskunft über diese Erfolge.

*«Soziale Rendite» heisst für Ihre Anleger dann also «finanzielle Rendite plus gutes Gewissen»?*

Das ist spitz formuliert, aber ja, das ist ein wichtiger Teil unseres Geschäftsmodells. Wir fällen ja in vielen Lebensbereichen bewusst diesen Entscheid, indem wir beispielsweise Bio- oder Fairtradeprodukte kaufen. Wenn wir uns aber im Alltag nach diesen Massstäben richten, warum sollen wir es dann nicht auch im Finanzbereich tun?

*Der Anlagefonds als Lifestyleprodukt?*

Nein, als Mittel, um die eigenen Werte konsequent zu leben, auch im Bereich der Investitionen.

*Auch sozial engagierte Investoren sind an einem möglichst hohen Gewinn interessiert.*

Es kommt eben darauf an, was Sie unter einem «möglichst hohen Gewinn» verstehen. Unsere Fonds erwirtschaften nicht primär eine maximale finanzielle Rendite, aber im Jahr 2008 stehen wir im Markt mit knapp 6,5 Prozent doch sehr gut da.

*Derzeit verfügt der Kapitalismus über keine gute Presse. Der Markt wird gerne als eine Art Ungetüm beschrieben, das zu fesseln und zivilisieren sei. Wie gehen Sie damit um?*

Die Fesselung dieses Ungetüms erfolgt einerseits durch Regulierung, andererseits durch Selbstbestimmung. Meist wird in der Krise schnell nach staatlicher Regulierung gerufen. Bei uns sieht man aber, dass Investoren sich aufgrund ihrer Werte selbst eine Richtung vorgeben. In Kundengesprächen merken wir, dass immer mehr Leute auf die Ausrichtung ihrer Investitionen Einfluss nehmen möchten. Wir helfen ihnen dabei – insofern sehen wir uns als Teil des Marktes.

*In Ihren Broschüren geht es um Investitionen, um Kapital, Unternehmensgründung, Produktion. Sie sehen im Bürger der Entwicklungsländer einen Homo oeconomicus, der sich wirtschaftlich betätigen will – und stellen sich damit gegen das geläufige Bild vom «edlen Wilden», der vor den Unsitten des westlichen Kapitalismus geschützt werden müsse.*

Wir zwingen niemandem etwas auf. Wir arbeiten mit lokalen Institutionen zusammen, die Bankdienstleistungen anbieten. Diese lokalen Anbieter mit einer lokalen Belegschaft stellen

Der Anlagefonds ist kein Lifestyleprodukt, sondern ein Mittel, um die eigenen Werte konsequent zu leben.

ein Produkt zur Verfügung, das auf eine rege Nachfrage trifft. Ja klar, insofern gehen wir von einem ökonomisch fundierten Menschenbild aus. Wir sorgen dafür, dass Leute, die zuvor kein Kapital erhielten, nun Kapital bekommen. All dies schliesst ja traditionelle Entwicklungshilfe keineswegs aus. Sagen wir es so: unsere Aktivitäten ergänzen staatliche Beziehungen und Entwicklungshilfe.

ROLAND BAADER  
**MARKT  
ODER  
BEFEHL**  
96 STRIKTSCHRIFTEN FÜR DIE FREIHEIT  
LICHTSCHLAG

Lichtschlag - nichts ist mächtiger als Ideen,  
deren Zeit gekommen ist!  
www.lichtschlag-buchverlag.de

**LICHTSCHLAG BUCHVERLAG**  
BLAUER REIN (2007-2008)

Josef Schüßlburner  
ROTER, BRAUNER UND GRÜNER  
**SOZIALISMUS**  
LICHTSCHLAG

ARNE HOFFMANN  
**MÄNNER-  
BEBEN**  
LICHTSCHLAG

Jonas Guido Hiltmann  
**ORDNUNG  
UND  
ANARCHIE**  
LICHTSCHLAG