

++++AKTUELLE INFORMATIONEN FÜR DIE KUNDEN DER ETHIKBANK++++

## Suche nach Wahrhaftigkeit



Sylke Schröder  
Vorstandsmitglied

Neulich auf Facebook: Beinahe wäre Simone unsere Kundin geworden. Aber dann hat sie sich enttäuscht zurückgezogen, weil die EthikBank unter anderem in die Unternehmen des DAX und MDAX investiert. Zwei Dinge haben mich dabei bewegt: Zum einen dürfte es für Simone schwer werden, eine Bank zu finden, die mit dem Geld ihrer Kunden keine Wertpapiere kauft. Das machen nämlich alle Banken. Zum anderen hat mich ein Artikel stutzig gemacht, den mir Simone geschickt hatte. Dieser stellt das Wirtschaftssystem am Beispiel von BMW grundsätzlich in Frage und sagt im Kern, dass Nachhaltigkeit auf einer volks- und weltwirtschaftlich fragwürdigen Situation beruhe, nämlich der wachsenden Schieflage in der globalen Einkommens- und Vermögensverteilung. Der Autor des Artikels zählt BMW „zu denjenigen Unternehmen, an denen ethisch kaum mehr viel auszusetzen ist“ und kommt zu dem Schluss, dass es für erfolgreiche Unternehmen leicht sein müsse, ethische Erwartungen zu erfüllen oder gar zu überbieten. Diese Unternehmen würden aus ihrer Wettbewerbsstärke heraus sogar zusätzliche Markterfolge erzielen – durch ethisches Verhalten.

Aber ist es nicht gerade in ethischen Unternehmen so, dass die Götter vor den Erfolg den Schweiß gesetzt haben? Aus eigener Erfahrung weiß ich, was das im Tagesgeschäft bedeutet: Auf jede Kritik, auf jeden Wunsch so einzugehen, als würde das nackte Überleben davon abhängen. Jederzeit mit offenen Karten zu spielen, bedeutet niemals etwas übersehen zu dürfen. Gerade in kleineren Betrieben ist der Chef bis zum Feierabend ein Arbeiter und am Abend führt er die Geschäfte. In den Anfangsjahren kann dessen Fell gar nicht dick genug sein. Man muss es erst einmal ertragen können, dass man auf der Suche nach Geschäftspartnern kaum von jemandem ernst genommen wird. Jahre gehen ins Land, ehe man ein solches Unternehmen für glaubwürdig hält. Dann fängt die Arbeit erst richtig an. Je mehr die Öffentlichkeit dem Unternehmen vertraut, umso höher steigen die Erwartungen. Je größer diese werden, umso klarer muss sich der Vorzeigebetrieb positionieren. Und noch härter an sich arbeiten. Es ist ein Unterschied, ob ethische Werte das unumstößliche Fundament der Geschäftsphilosophie sind oder eine

nach Bedarf gebrauchte Maske, um Wettbewerbsvorteile zu ergattern. Der kritische Verbraucher weiß die gestelzte Marketingsprache von aufrichtigen Worten abzugrenzen. Wahrhaftigkeit ist eine Tugend, die zwischen Nachhaltigkeit und Green-Washing eine scharfe Linie zieht.

Als soziale Wesen ist es unsere Aufgabe, diesen Unterschied herauszufinden, indem wir unser Gegenüber richtig einschätzen. Klischees oder Pauschalurteile helfen uns dabei nicht. Wer offen durchs Leben geht, hat erkannt, dass die Welt weder schwarz noch weiß ist. Eine solche Welt wäre auch nicht erstrebenswert. Wichtiger ist, dass wir uns mit unserer Wahl für einen Anbieter wohl fühlen. Auf dieser Suche nach dem Echten und Authentischen entdecken wir immer wieder Akteure, die sich auf den Weg gemacht haben, auch wenn die großen philosophischen Fragen damit noch nicht beantwortet sind.



Vom Ende der „Ichlinge“, einer Gemeinschaft auf Gegenseitigkeit ist der Wandel geprägt, den die jüngst erschienene Social-Banking-Studie herausgearbeitet hat. Risikobereitschaft, Profitstreben und Egoismus haben heute kaum noch eine Chance. Damit ist gesamtgesellschaftlich schon viel erreicht worden. Das ist die beste Voraussetzung dafür, unseren Weg unbeirrt fortzusetzen.

Wer die Welt verändern will, baut Brücken und nimmt andere mit auf seinen Weg. Wer sich zurückzieht oder abgrenzt, hilft auf Dauer weder sich noch der Gesellschaft, weil wir alle auf dem gleichen Planeten leben. Deshalb entlässt die EthikBank die großen deutschen Unternehmen nicht aus ihrer Verantwortung. Wann immer sich in den Konzernen etwas zum Positiven ändert, geschieht dies durch Druck einer kritischen Öffentlichkeit. Diese Lenkungswirkung ist und bleibt wichtig. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass während der letzten Wirtschaftskrise in allen Konzernen sehr viel gespart worden ist, nur nicht im Nachhaltigkeitsbereich. Vielleicht haben die Unternehmen mittlerweile erkannt (zumindest einige), dass eine soziale und ökologische Wirtschaftsweise das Fundament unseres Lebens ist – auch in schlechten Zeiten. Der einzige Haken daran ist, dass wir mitunter den Wald vor lauter Bäumen nicht mehr sehen.

Ihre 



Sagen Sie uns Ihre Meinung zum Thema im sozialen Netz:  
[www.facebook.com/EthikBank](http://www.facebook.com/EthikBank)

## IN BEWEGUNG

### Mit Transparenz zum Erfolg

Seit ihrer Gründung setzt die EthikBank auf echte Transparenz. Sie war die erste Bank in Deutschland, die das vollständige Wertpapierportfolio veröffentlicht hat und legt zudem jeden Kredit und jede Beteiligung offen. Diese Strategie ist nach wie vor erfolgreich. Auch in 2011 ist die EthikBank gewachsen (15 Prozent) und hatte einen starken Kundenzulauf (38 Prozent). Allein die Zahl der neu eröffneten Girokonten ist um 59 Prozent gestiegen. Die Tagesgeldkonten sind um 22 Prozent gewachsen, langfristige Anlagen um 27 Prozent. Zum Jahresende verwaltet die EthikBank Kundeneinlagen in Höhe von 122 Millionen Euro. Der Anteil der EthikBank am Gesamtergebnis beläuft sich auf 309 TEUR. Unsere Bilanzpressekonferenz war am 28. Februar in Erfurt. Bericht im Internet: <http://www.ethikbank.de/service/pressezentrum/bilanz-2011.html> Oder lassen Sie sich diesen schicken. Bestellcoupon ①



### Social Banking: Soziale Rendite

Nun ist es belegt: Sozial-ökologische Banken verschaffen ihren Kunden einen Zusatznutzen, den sie in Form einer „sozialen Rendite“ wahrnehmen. Dabei stellen jene höchsten Anforderungen an ihre Bank. Zu den wichtigsten Leistungsmerkmalen zählen sie die sozialökologische Mittelverwendung und das Angebot grüner Produkte. Frauen sind deutlich anspruchsvoller und legen besonderen Wert auf eine transparente Kommunikation und eine faire Beratung. Auch ein schlüssiges Spendenkonzept und Freiheit von Spekulation erscheint ihnen wichtiger als Männern. Zu diesen Ergebnissen kommt die erste umfassende deutsche Marktstudie zum Social Banking, durchgeführt von der Managementberatung zeb. Hierfür wurden 3.200 Kunden sozialökologischer Banken befragt (davon 600 Kunden der EthikBank). Demnach gelte das Geschäftsmodell der alternativen Banken als wegweisend, da es plausible Antworten auf den allgemeinen gesellschaftlichen Wertewandel hin zu Nachhaltigkeit und Transparenz bietet.

### Alternativbanken weitgehend unbekannt

Das größte Hindernis, um aus der Nische (Marktanteil 0,2 Prozent) auszubrechen, liegt in der geringen Bekanntheit sozial-ökologischer Banken. Die eben erwähnte Studie sagt, dass 72 Prozent der Deutschen nichts von der Existenz der Alternativbanken wissen. Sie, liebe Kunden, gehören also zu den Pionieren einer Bewegung, die bis zu 16 Millionen Menschen anziehen könnte. Dabei stellen die drei Millionen Mitglieder der Kernzielgruppe die höchsten Anforderungen an Nachhaltigkeit, Fairness und Transparenz. Sie sind mehrheitlich weiblich, urban und affin für ein Hausbankverhältnis zu einem konsequent ausgerichteten ethisch-ökologischen Institut. Studienergebnisse im Internet: <http://www.ethikbank.de/service/pressezentrum/social-banking-studie.html> Oder lassen Sie sich diese schicken. Bestellcoupon ②

## GELD & LEBEN

### Anlagezinsen verstehen

Nach dem Artikel im letzten E-THIKKER „Anleger akzeptieren Minuszinsen“ haben viele Kunden Fragen gestellt. Deshalb haben wir das Thema im E-Brief „Zeitfragen“ (Februar) vertieft. Darin erklären wir die Not der Banken, die sich mit marktfernen Zinsen bei unkritischen Privatanlegern refinanzieren. E-Brief „Zeitfragen“ im Internet: [http://www.ethikbank.de/fileadmin/ethikbank/dokumente/Die\\_EthikBank/Zeitfragen.pdf](http://www.ethikbank.de/fileadmin/ethikbank/dokumente/Die_EthikBank/Zeitfragen.pdf) Oder lassen Sie sich diesen schicken. Bestellcoupon ③

## KREDITZINSEN

Jetzt sind die Zinsen für Ökokredite und ökologische Baufinanzierungen günstig wie nie. Den ÖkoKredit für umweltgerechtes Modernisieren gibt es jetzt zum effektiven Jahreszins von 3,35 Prozent. Das ist unser Beitrag zur Förderung der energetischen Gebäudesanierung, ohne die die Energiewende nicht gelingen kann. Die Zinsen für den ÖkoBaukredit liegen aktuell zwischen 2,04 und 3,03 Prozent effektiv. (Stand 30.4.2012) Kredite für Privatkunden im Internet: <http://www.ethikbank.de/privatkunden.html>

# IM KELLER

## GRÜNES GELD

### Umsätze mit Kriegswaffen weltweit gestiegen

Laut dem Stockholm International Peace Research Institute sind die Umsätze der größten Rüstungsunternehmen der Welt im Jahr 2010 nur leicht gestiegen (auf 411 Milliarden US-Dollar). Trotzdem läuft das Geschäft weiterhin glänzend, denn in den letzten 10 Jahren sind die 100 führenden Rüstungskonzerne um 60 Prozent gewachsen. Von den Top 100 sitzen 44 Waffenhersteller in den USA. Aus Westeuropa kommen 30, acht weitere aus Russland. Wegen fehlender Daten bleiben China, die Ukraine und Kasachstan in dieser Statistik außen vor. Umsatzstärkstes deutsches Unternehmen ist erneut Rheinmetall (Rang 31), welches die Hälfte seines Gesamtumsatzes aus Rüstungsgeschäften generiert. E-Brief „Grünes Geld“ im Internet: [http://www.ethikbank.de/fileadmin/ethikbank/dokumente/Die\\_EthikBank/Gruenes\\_Geld.pdf](http://www.ethikbank.de/fileadmin/ethikbank/dokumente/Die_EthikBank/Gruenes_Geld.pdf) Oder lassen Sie sich diesen schicken. Bestellcoupon **4**



## NACHHALTIGER MITTELSTAND

### Partnerschaft auf Augenhöhe

Schon gewusst? Aus ihrer Bankfairbindung zur EthikBank können unsere Geschäftskunden Vorteile ziehen, die über eine übliche Bankbeziehung hinausgehen: Beispielsweise führen wir neue Geschäftskonten ein Jahr kostenfrei, sofern sich die Zahl der Transaktionen in Grenzen hält. Konkret: Im ersten Jahr der Bankbeziehung schenken wir unseren Neukunden insgesamt 360 freie Buchungen – jeweils 30 pro Monat. Außerdem ist unsere Internetseite eine Plattform, auf der sich Geschäftskunden mit einem beschreibenden Link vorstellen können. Ebenfalls neu ist ein sympathischer Umzugshelfer. Faire Partnerschaft im Internet: <http://www.ethikbank.de/geschaeftskunden/partnerschaft.html>

### Alternativer Gesundheitspreis

Erstmals lobt die BKK advita einen alternativen Gesundheitspreis für Unternehmen aus, die maximal 300 Mitarbeiter beschäftigen. Gesucht sind leicht umsetzbare Ideen zur betrieblichen Gesundheitsförderung, die einen umweltgerechten Arbeitsplatz ausmachen. Der Preis ist mit 6.000 Euro dotiert. Bewerbungsschluss ist der 31.07.2012. Gesundheitspreis im Internet: <http://www.bkk-advita.de/gesundheitspreis>

### Genossenschaften im Porträt



Aus Anlass des Internationalen Jahres der Genossenschaften präsentieren wir jeden Monat einen Geschäftskunden, der die Rechtsform einer Genossenschaft gewählt hat.

Dieses Mal waren wir in München und haben die Fairkauf Handelskontor eG besucht. Diese betreibt einen Weltladen und ist gleichzeitig Großhändler für fair gehandelte Produkte, bei dem man unter anderem von Hand geschöpftes Papier aus Indien ergattern kann – hergestellt aus Elefantendung. Bemerkenswert: In dieser Genossenschaft ist die Mitgliedschaft – und damit die Voraussetzung für die basisdemokratische Mitbestimmung – auf die Beschäftigten begrenzt: „*Wer mit arbeitet, soll auch mit entscheiden*“, bringt Gründungsmitglied Peter Eicher seine Philosophie auf den Punkt. Genossenschaftsporträts im Internet: <http://www.ethikbank.de/die-ethikbank/uno-jahr/kunden-im-portraet.html> Oder lassen Sie sich das aktuelle Porträt schicken. Bestellcoupon **5**

## PROJEKTWERKSTATT



### Holzwerkstatt eröffnet

Die Holzwerkstatt, für die wir im Advent gesammelt haben, ist fertig. Kürzlich waren Ehrenamtliche unseres Ethikprojektes in Plovdiv. Sie haben Werkzeugschränke aufgebaut und die Maschinenstrecke ausgestattet. Nun können sich in der Werkstatt rund 20 Kinder und Jugendliche sinnvoll beschäftigen und ein mögliches Berufsziel ausprobieren. Für Schulverweigerer ist das Arbeiten mit Holz eine Arbeitstherapie.

Damit sollen sie wieder ans Lernen herangeführt werden. Die Holzwerkstatt ist maßgeblich mit den Spendengeldern unserer Kunden eingerichtet worden, die wir anlässlich der letzten Weihnachtsspendenaktion gesammelt haben. Dabei sind 7.255 Euro zusammengekommen.

### Fördertopf 2011

11.936 Euro Zinsen haben Kunden im vorigen Jahr an unsere Förderprojekte verschenkt. Zusammen mit der Bankspende (15.000 Euro) sowie den Direktspenden kam in 2011 die stattliche Summe von 35.226 Euro zusammen. Diese haben wir im Februar an die Träger unserer Projekte überwiesen. In den letzten 10 Jahren haben die EthikBank und ihre Kunden auf diese Weise 241.163 Euro zusammengetragen. Diese Art der Förderung ist für unsere Partner von unschätzbarem Wert, da sie eine langfristige und verlässliche Einnahmequelle bedeutet. Wir danken allen Kunden, die unseren Projekten durch ein Förderkonto oder durch ihre Beteiligung an unserer traditionellen Weihnachtsspenden-Aktion helfen. Fördertopf im Internet: <http://www.ethikbank.de/die-ethikbank/foerderprojekte/foerdertopf.html> Oder lassen Sie sich die Unterlagen von uns schicken. Bestellcoupon 6

<b>BESTELLCOUPON</b>	Schicken Sie diesen Bestellcoupon per Post oder schneller per <b>Telefax: 036691-862347</b> . Wir faxen oder schicken Ihnen umgehend die gewünschten Unterlagen.		1 <input type="radio"/> Mit Transparenz zum Erfolg – Bilanz 2011
	<input type="text"/>	Kontonummer:	2 <input type="radio"/> Social-Banking-Studie: Zusammenfassung
	<input type="text"/>	Name, Vorname (oder Firma):	3 <input type="radio"/> Anlagezinsen verstehen – E-Brief „Zeitfragen“
	<input type="text"/>	Telefax:	4 <input type="radio"/> Kriegswaffen - E-Brief „Grünes Geld“
			5 <input type="radio"/> Genossenschaftsportrait: Fairkauf
			6 <input type="radio"/> Fördertopf 2011
			7 <input type="radio"/> Aktuelle Konditionen der EthikBank
			<input type="radio"/> Privatkunden <input type="radio"/> Firmenkunden <input type="radio"/> Österreich

© Konzept und Redaktion: Sylke Schröder Schreiben Sie uns doch, wie Ihnen der E-THIKKER gefällt: [sylke.schroeder@ethikbank.de](mailto:sylke.schroeder@ethikbank.de)