

Project

“Dialog met consumenten over ethisch en duurzaam beleggen”

Project gerealiseerd door Ethibel v.z.w.
met de steun van de Koning Boudewijnstichting



ADVANCING SOCIALLY RESPONSIBLE INVESTING

COLOFON

“Dialogo met consumenten over ethisch en duurzaam beleggen”

is een project gerealiseerd
met de steun van de Koning Boudewijnstichting
naar aanleiding van haar projectoproep
“Consumenten aan het woord”

Overeenkomst met KBS:
2003 13 U1 44 7 B1

Het project “[Dialogo met consumenten over ethisch en duurzaam beleggen](#)”
werd uitgevoerd door ETHIBEL vzw, Vooruitgangstraat 333/7, 1030 Brussel
T: 02/206.11.11 F: 02/206.11.10 E: info@ethibel.org W: www.ethibel.org

Redactie:
Herwig Peeters, Sophie Spillemaeckers



ADVANCING SOCIALLY RESPONSIBLE INVESTING

INHOUDSTAFEL

COLOFON	2
INHOUDSTAFEL	3
HOOFDSTUK 1	5
De objectieven van het project	5
Situering	5
Actoren	5
Projectdoelstellingen	5
Vraagstelling	5
HOOFDSTUK 2	6
De gevolgde methode	6
Werkwijzen	6
Output	6
Precisering van de doeleinden en werkmethoden	6
De inhoud van de bevraging	6
Webgestuurde enquête	6
Focusgroepen	8
HOOFDSTUK 3	9
De resultaten: het opinie-onderzoek	9
DEEL 1 Profiel van de respondenten	9
DEEL 2 Hoe de respondenten sparen en beleggen en het belang dat ze hechten aan ethiek	11
DEEL 3 Peiling naar bekendheid met en kennis over duurzaam beleggen	13
Beleggen	13
Sparen	13
Ethische bekommernissen en overheersende waarden	13
Suggesties van de respondenten	14
Impact en aspiraties van duurzaam beleggen	16
Leidmotief en onderscheidend principe bij duurzaam beleggen	16
DEEL 4 Niet-ethische bekommernissen	18
DEEL 5 Informatie en communicatie over duurzaam beleggen	20
Redenen voor afwijzing van duurzaam beleggen	21
DEEL 6 Bekendheid met keurmerk, merknamen, aanbieders van duurzame producten en leveranciers van duurzaamheidsinformatie	23
Geloofwaardigheid van duurzaam beleggen	23
Bekendheid met en waardering van Belgische markt van duurzaam beleggen	23
Waardering van methodologische aspecten	24
HOOFDSTUK 3	26
De resultaten: de focusgroepen	26
Focusgroepen	26
Groep 1: Franstalige duurzame beleggers	26
Aanwezigen	26
Inleiding	26
Regels	26

De deelnemers	27
SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen	27
Participatie	29
Wat is het belang van labels voor duurzaam beleggen?	29
Groep 2: Franstalige traditionele beleggers	31
Aanwezig	31
Profiel van de deelnemers	31
Wat is ethisch/duurzaam?	31
SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen	31
Niet-financiële overwegingen	32
Keuze voor duurzaam beleggen	33
Stellingen	33
Conclusies	34
Groep 3: Nederlandstalige traditionele en duurzame beleggers	35
Aanwezig	35
Profiel van de deelnemers	35
SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen	35
De motivatie van de duurzame belegger	37
Stellingen	37
Participatie	38
Tot slot: de ultieme tip	38
Groep 4: Nederlandstalige traditionele en duurzame beleggers	39
Aanwezig	39
Profiel van de deelnemers	39
SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen	39
Bijkomende vragen	41
Participatie	41
HOOFDSTUK 4	43
De resultaten: de expert-meeting	43
Aanwezig	43
SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen	43
De functie van een label	44
Communicatie en participatie	45
Instrumenten voor participatie	46
HOOFDSTUK 5	47
Samenvatting en conclusies	47
Het opzet	47
Doelgroep en respondenten	47
Het belang van ethiek bij beleggingen	47
Aanbod van duurzame financiële producten	48
Overheersende waarden	48
ASPIRATIES EN ONDERSCHIEDEND PRINCIPE BIJ DUURZAAM BELEGGEN	48
Niet-ethische bekommernissen	49
Informatie en communicatie	49
Bekendheid met de Belgische markt van duurzaam beleggen	49
Participatie	50
Labels	50
Aanbevelingen	50
BIJLAGE 1	52
De vragenlijst van het opinieonderzoek	52

HOOFDSTUK 1

De objectieven van het project

Situering

Ethibel v.z.w. ging in op de projectoproep 'Consumenten aan het woord' van Koning Boudewijnstichting en situeerde haar voorstel binnen het onderwerp 'Dialogo met consumenten over ethisch en duurzaam beleggen'. Binnen de projectoproep was er een uitdrukkelijke bedoeling van KBS om te onderzoeken welke participatieve mechanismen bestaan of kunnen gestimuleerd worden.

Actoren

De voornaamste actoren zijn consumenten, meer bepaald wordt gemikt op individuele beleggers. Deze beleggers hoeven geen 'overtuigde' ethische of duurzame beleggers te zijn, maar alle beleggers. Het is juist de intentie van de drempels voor 'niet-overtuigden' te onderzoeken. Institutionelen maken geen deel uit van de doelgroep.

Als specifiek vehikel/instrument wordt gekozen voor beleggingsfondsen, vanwege hun beschikbaarheid, lage drempel en vanwege hun uniforme, in het prospectus verklaarde, beleggingspolitiek.

Andere (als doelgroep secundaire) spelers, betrokken bij het project zijn de fondsbeheerders, onderzoekscentra rond DB (met een centrale, maar niet exclusieve plaats voor Ethibel) en eventueel promotoren van duurzaam beleggen of andere stakeholders.

Projectdoelstellingen

Voornaamste bedoeling van het project is kennis te verwerven over de verwachtingen van beleggers rond DB, via diepgaand onderzoek en dialogische bevraging.

Verder is het wenselijk dat het project de betrokkenheid van beleggers stimuleert bij de bepaling/ontwikkeling criteria voor ethisch beleggen, de informatiestroom hieromtrent verbetert en samenwerking, inspraak en luisterbereidheid van de verschillende spelers stimuleert.

Vraagstelling

Enkele concrete primaire vragen zijn: "Wat verwachten consumenten van ethische beleggingsfondsen?"; "Waarom consumeren beleggers al dan niet in duurzame beleggingsfondsen?".

Enkele concrete secundaire vragen zijn: "Hoe percipiëren promotoren van SRI de verwachtingen van beleggers?"; "Hoe kan aan de verwachtingen van de consumenten worden voldaan? Dienen evaluatiemodellen te worden aangepast?"; "Hoe kan structurele, rechtstreekse participatie van beleggers gegarandeerd worden bij ontwikkelingen van evaluatiemodellen?".

HOOFDSTUK 2

De gevolgde methode

Werkwijzen

De voornaamste werkwijzen waren een opinieonderzoek (een enquête voor een publiek van duurzame en traditionele beleggers), dialogische discussies d.m.v. focusgroepen en een gedachtewisseling met een expertpanel.

De vragenlijst van de enquête was geïnspireerd door literatuuronderzoek van buitenlandse ervaringen en werd ook in lijn met deze opinie-onderzoeken uitgetekend.

Output

De conclusies van het opinie-onderzoek en van de focusgroepen en het expertpanel werden hieronder samengevat en worden via persberichten verspreid.

De verdere opvolging zal via sectorale organisaties, zowel financiële instellingen als NGO's, besproken en georganiseerd worden.

Precisering van de doeleinden en werkmethoden

In de loop van het project werden de objectieven verder uitgediept. Precisering van de vraagstelling was belangrijk en bepalend voor het projectverloop.

Een precieze doelstelling was dat kennis en opinies vergaard zouden worden en aanbevelingen geformuleerd, terwijl het duidelijk niet de bedoeling was het consumentengedrag rechtstreeks veranderen te veranderen.

Gaandweg werden ook werkvormen afgebakend, die budgettair en qua tijdslijn haalbaar waren.

De inhoud van de bevraging

Wat de enquête betreft worden twee parallele trajecten onderzocht.

Eenzijds wordt de attitude onderzocht van traditionele beleggers voor wat betreft duurzaam beleggen.

Anderzijds wordt dieper ingegaan op de verwachtingen omtrent 'alternatief duurzaam sparen en beleggen' bij overtuigden.

Qua jargon werd niet zozeer de klemtoon gelegd op de verantwoordelijkheid en motivatie van de belegger, maar op hun mening over wat zij als consument verwachten dat er met hun geld gebeurt.

Wat we willen weten of kennen is:

- (1) het profiel van de respondenten
- (2) hun kennis over duurzaam beleggen
- (3) hun houding ten overstaan van duurzaam beleggen
- (4) de overheersende waarden die leven bij duurzame beleggers.

Thema's die ook dienen bevroegd te worden zijn:

- (5) de tevredenheid over informatie en communicatie
- (6) de voorkeur voor onafhankelijk onderzoek en onafhankelijk financieel beheer.

Webgestuurde enquête

Om het opinie-onderzoek representatief te maken moesten twee voorwaarden vervuld worden.

Ten eerste moest de enquête gebaseerd zijn op een goed geformuleerde en representatieve vragenlijst.

Daartoe werd een studie gemaakt van bestaande buitenlandse consumentenbevragingen.

In de praktijk bleken er zeer verschillende oriënteringen te bestaan bij dergelijke enquêtes.

Soms worden niet de consumenten rechtstreeks bevestigd, maar wel fondsmanagers die menen te spreken namens hun beleggers.

Veel onderzoeken gebeuren vanuit de principes en gebruiken van het marktonderzoek en hebben niet als voornaamste aandachtspunt de wensen van beleggers, laat staan een bevestiging van mechanismen die participatie mogelijk maken.

Veel onderzoeken peilen enkel naar de kennis van het grote publiek aangaande het fenomeen duurzaam beleggen. Daarbij wordt de aantrekkelijkheid van het concept afgetast en de bereidheid van de consument om ervoor te betalen of een deel return af te staan ten voordele van ethiek.

Vooraf in Angelsaksische landen bestaat de reflex om cyclisch het publiek af te tasten op hun bezorgdheden en gevoeligheden om aldus op maat gesneden producten te vermarkten. Veelal blijft duurzaam beleggen steken in afwijzingslijstjes.

Toch bleken een beperkt aantal informatiebronnen leerrijk.

Naast literatuur werden experts gevraagd hun opinie te geven over de verschillende proefversies van de vragenlijst. Dank hierbij onder andere aan DVV Insurance en Dexia, aan Prof. Luc Van Liedekerke, aan collega's binnen de Ethibel-groep, Netwerk Vlaanderen en Triodos Bank.

Ten tweede dient de vragenlijst aangeboden te worden aan een voldoende grote groep mensen. Niet om aan het even welke groep consumenten, maar aan:

- (1) beleggers, waarbij bij voorkeur geweten is of ze
- (2) traditionele of duurzame beleggers zijn en of ze al
- (3) benaderd zijn geweest door verkopers van duurzame financiële producten (hebben ze al voor de keuze gestaan of niet?).

Op die manier kunnen bijvoorbeeld verschillende groepen afgebakend worden die met de vragenlijst benaderd worden:

- (1) een groep overtuigden, die ook daadwerkelijk duurzaam beleggen
- (2) een groep die wel degelijk een aanbod kreeg maar afwijzend stond tegenover duurzaam beleggen en tenslotte
- (3) een groep die op geen traceerbare manier bewerkt werd.

In de praktijk was de hoop gevestigd op een van de weinige groepen die een goede historiek op dit vlak heeft opgebouwd. Dexia Bank heeft, na incorporatie van Bacob Bank een dergelijke know-how in huis. Zij hebben een database waarin ze dergelijke socio-economische profielen kunnen terugvinden, omdat in het verleden verscheidene campagnes liepen rond duurzaam beleggen.

Het bleek uiteindelijk niet mogelijk hierop beroep te doen.

Vermits Ethibel niet rechtstreeks tegenover beleggers staat en geen databanken in die zin aanlegt en ze ook niet kan verkrijgen van banken (privacy-wetgeving) werd gekozen voor een andere piste.

Er werd gekozen om de vragenlijst op het web te zetten (www.ethibel.org) en via promotie beleggers aan te moedigen aan deze enquête deel te nemen.

Voor de campagne werd beroep gedaan op gans de financieel-economische pers en de algemene pers en enkele gespecialiseerde websites.

Twee organisaties bleken bereid op hun website te verwijzen naar de enquête: Triodos Bank en Netwerk Vlaanderen. Triodos Bank heeft bovendien een mailing gedaan naar 1200 beleggers, om hen te verzoeken aan het onderzoek mee te werken. Verscheidene websites hebben de boodschap overgenomen.

Het bleek dus onmogelijk, gezien praktische, budgettaire en tijdsbeperkingen een volledig representatieve of wetenschappelijke studie van te maken. Dit was ook niet de kernambitie van het project. Uiteindelijk rekruteerde deze werkwijze een mooi staal van – eerder overtuigende duurzame – beleggers, mooi verspreid over heel België. Dit heeft de kwaliteit van de antwoorden zeker versterkt.

Voor verdere informatie verwijzen we naar HOOFDSTUK 3, "Resultaten van het project: opinie-onderzoek".

Focusgroepen

Voor de focusgroepen werd een oproep gekoppeld aan de enquête. Dit om praktische redenen uiteraard, maar ook om een voorselectie te hebben van mensen die zich al over de enquête gebogen hadden. Het was immers de bedoeling meer in de diepte te gaan.

Aan de oproep voor de focusgroepen gaven 28 mensen gevolg, 12 Franstalige, 16 Nederlandstalige. 23 respondenten gaven te kennen 'duurzame' beleggers te zijn, 5 beschouwen zichzelf als traditionele beleggers.

De verdeling qua leeftijdscategorie:

18-25 jaar: 1
26-35 jaar: 2
46-44 jaar: 7
56-65 jaar: 8
66-75 jaar: 4
76-85 jaar: 1

Voor verdere informatie verwijzen we naar HOOFDSTUK 4, "Resultaten van het project: focusgroepen".

HOOFDSTUK 3

De resultaten: het opinie-onderzoek

DEEL 1

Profiel van de respondenten

De vragenlijst op de website werd 1193 keer bezocht en dit leverde 220 bruikbare antwoorden op. 220 mensen vulden met andere woorden de vragenlijst tot het einde toe in. Het systeem aanvaardde enkel volledig doorlopen vragenlijsten. Sommige vragen dienden verplicht ingevuld te worden, de meeste echter niet.

Op basis van de vragenlijst kwam volgende sociografische informatie ter beschikking.

Taal

97 respondenten vulden de Franstalige vragenlijst in (44%); 123 de Nederlandstalige (46%).

Aanbreng

Een bank en een NGO legden een identificeerbare link naar de vragenlijst op hun website. Voor alle duidelijkheid: de invuller van de vragenlijst bleef anoniem, maar er werd wel nagegaan via welk kanaal de antwoorden werden gegeven.

Op die manier bracht Triodos Bank 88 (41 Franstalige en 47 Nederlandstalige) respondenten aan en Netwerk Vlaanderen 31.

Man/vrouw

De verhouding mannen versus vrouwen was 66/34.

Leeftijdscategorieën

De meerderheid van de respondenten bevindt zich in de 'actieve' leeftijdsgroepen (26-55 jaar). De spreiding in leeftijd is vergelijkbaar voor mannen en vrouwen.

18-25:	19 (8,6%)
26-35:	54 (24,6%)
36-45:	59 (26,8%)
46-55:	59 (26,8%)
56-65:	19 (8,6%)
66-75:	10 (4,6%)
76-85:	geen

Beroepscategorieën

De opsplitsing volgens beroepscategorieën bevestigt dat de meerderheid van de respondenten actief een beroep uitoefent.

Arbeiders:	3	1,4%
Bedienden:	101	45,9%
Middenkader:	42	19,1%
Hoger kader:	23	10,4%
Vrije beroepen:	3	1,4%
Zelfstandigen:	7	3,2%
Studenten:	12	5,4%
Werkzoekenden:	6	2,7%
Huisvrouw/huisman:	2	0,9%
Zonder beroep:	5	2,3%
Gepensioneerd:	16	7,3%

Opleiding

Een meerderheid van 86,4% genoot een hogere opleiding (universitair: 129, niet-universitair: 61). 21 respondenten beëindigden het hoger middelbaar of technisch onderwijs, 7 lager middelbaar en 1 lager onderwijs.

Hoger universitair	129	58,6%
Niet-universitair hoger onderwijs	61	27,7%
Hoger middelbaar of technisch	21	9,5%
Lager middelbaar	7	3,2%
Lager onderwijs	1	0,5%
Niet medegedeeld	1	0,5%

Gezinshoofd

2/3 van de respondenten geeft aan 'gezinshoofd' te zijn. Hierbij kan verondersteld worden dat deze persoon minstens mee betrokken is bij beslissingen over financiële zaken of zelf beslist.

Een aantal mensen gaven te kennen dat ze deze indeling oubollig en niet relevant vinden. In de praktijk worden beslissingen, inclusief de financiële, gelijkwaardig door partners genomen. De indeling is dus niet meer gepast, ook al wordt ze administratief nog toegepast. Bovendien kan men niet natrekken of het het gezinshoofd is (door b.v. beroepsinkomen) of de andere partner (door b.v. erfenis), die kapitaalkrchtig is en het geld beheert.

Leefsituatie

7% van de antwoorders leven bij de ouders; 20% is alleenwonend; de overige 73% leeft samen met een partner.

Provincie/gewest

32 mensen wonen in Antwerpen, 32 in Oost-Vlaanderen, 18 in West-Vlaanderen, 31 in Vlaams Brabant, 8 in Limburg, 46 in het Brussels Gewest, 12 in Waals Brabant, 11 in Luik, 13 in Henegouwen, 9 in Namen, 5 in Luxemburg, 3 in 'andere'.

Antwerpen	14,5%
Oost-Vlaanderen	14,5%
West-Vlaanderen	8,2%
Vlaams Brabant	14,1%
Limburg	3,6%
Brussels Gewest	20,9%
Waals Brabant	5,5%
Luik	5,0%
Henegouwen	5,9%
Namen	4,1%
Luxemburg	2,3%
Andere	1,4%

DEEL 2

Hoe de respondenten sparen en beleggen en het belang dat ze hechten aan ethiek

7 respondenten geven aan niet zelf te sparen of te beleggen.

- (1) Van de overige 213 investeren er 11 niet in een spaarrekening of spaarboekje.
- (2) Sparen doet 92%.
- (3) Slechts 40% doet aan pensioensparen.
- (4) Een pensioenverzekering is voor 18% weggelegd.
- (5) Rechtstreeks beleggen in beursgenoteerde aandelen doet 38% van de respondenten.
- (6) Direct beleggen in coöperatieve aandelen gebeurt door 35% van de groep.
- (7) Slechts 21% van de groep geeft aan te beleggen in obligaties.
- (8) Daarentegen investeert 52% van de groep in beleggingsfondsen.
- (9) Daarbij kiest 18% voor kapitaalbescherming.

Aan alle respondenten werd gevraagd uit te gaan van een situatie waarin men voor 5 jaar of meer geld kan opzij zetten. Verzocht werd aan te duiden welke vier factoren uit een lijst het sterkst hun keuze voor een bepaald product bepalen.

Uit analyse van de factoren die het sterkst die keuze bepalen komt het volgende naar voren.

- (1) Financiële veiligheid is voor 56,0% van de groep een zorgpunt. 27,7% vindt "*Laag risico en de zekerheid geen kapitaal te verliezen*" het belangrijkste. [keuze #2: 13,2%; #3: 5,9%; #4: 9,5%].
- (2) Voor 25,0% is "*Maximale opbrengst*" bepalend. Voor 8,6% is dit ronduit de belangrijkste factor [keuze #2: 7,2%; #3: 3,6%; #4: 5,4%].
- (3) "*Ethische of duurzame beleggingscriteria*" spelen voor 80,0% van de respondenten een rol van betekenis. Voor 35,9% is dat zelfs de belangrijkste factor; voor 19,1% de tweede belangrijkste; voor 18,2% de derde en voor 6,8% de vierde.
- (4) Voor 24,0% van de groep is de kostenkwestie belangrijk. Een "*Laag kostenpercentage*" is voor 3 mensen (1,4%) zelfs de belangrijkste factor. [keuze #2: 6,8%; #3: 9,1%; #4: 6,8%].
- (5) Een "Gegarandeerde opbrengst" is voor 27,3% van de antwoorders een kwestie van belang. Voor 3,18% is het dé bepalende factor. [keuze #2: 9,1%; #3: 9,5%; #4: 5,5%].
- (6) De reputatie van de financiële instelling waar de financiële producten 'ingekocht' worden is belangrijk voor 22,3%. Voor 5,0% is "*Goede reputatie van de financiële instelling*" absoluut keuzebepalend. [keuze #2: 3,2%; #3: 7,3%; #4: 4,5%].
- (7) Fiscaliteit speelt mee voor 23,2% van de groep. Een "*Fiscaal voordeel*" is zelfs het belangrijkste voor 2,3%. [keuze #2: 2,3%; #3: 7,7%; #4: 10,9%].
- (8) "*Gemakkelijke toegang en goede dienstverlening*" speelt weliswaar een rol voor 16,4% van de respondenten, maar voor niemand was het de primordiale kwestie. [keuze #2: 2,3%; #3: 5,5%; #4: 8,6%].
- (9) Van de groep geeft wel 41,4% aan dat de "Zekerheid dat geen maatschappelijk schadelijke activiteiten worden gefinancierd" belangrijk voor ze is. Voor 6,4% is dit zelfs primordiaal. [keuze #2: 13,6%; #3: 9,5%; #4: 11,8%].
- (10) Een "Goede maatschappelijke bestemming voor mijn geld" is bepalend voor 35,5% van de respondenten. Voor 5,5% is het de belangrijkste factor. [keuze #2: 9,1%; #3: 12,3%; #4: 8,6%].
- (11) "Transparante beleggingsinformatie" tenslotte wordt gewaardeerd door 41,4% van de antwoorders. Voor 9 beleggers is dat het belangrijkste (4,1%). [keuze #2: 12,7%; #3: 8,6%; #4: 15,9%].

Een volgorde van de eerste prioriteiten geeft het volgende beeld:

35,9%	Ethische/duurzame criteria
27,7%	Laag risico, financiële veiligheid
8,6%	Maximale opbrengst
6,4%	Geen maatschappelijk schadelijke activiteiten
5,5%	Goede maatschappelijke bestemming
5,0%	Reputatie financiële instelling
3,2%	Gegarandeerde opbrengst
2,3%	Fiscaal voordeel
1,4%	Laag kostenpercentage
0,5%	Transparante informatie
0,0%	Goede dienstverlening

Een oplistijng van de gegroepeerde prioriteiten (alle codes samen) toont dat er aan deze volgorde niet geweldig veel verandert en dat de ethische/duurzame prioriteiten zelfs nog wat meer benadrukt worden.

80,0%	Ethische/duurzame criteria
56,0%	Laag risico, financiële veiligheid
41,4%	Geen maatschappelijk schadelijke activiteiten
41,4%	Transparante informatie
35,5%	Goede maatschappelijke bestemming
27,3%	Gegarandeerde opbrengst
25,0%	Maximale opbrengst
24,0%	Laag kostenpercentage
23,2%	Fiscaal voordeel
22,3%	Reputatie financiële instelling
16,4%	Goede dienstverlening

Uit deze laatste lijst blijkt dat de 'ethische' kwesties zwaar doorwegen voor deze groep respondenten. Door de 'open' oproep en de aangesproken kanalen is een groep 'bewuste' spaarders en beleggers ingegaan op de vragenlijst.

(1) Ethische inhoud

80% hecht belang aan ethische en duurzame criteria; 41% wenst geen maatschappelijk schadelijke activiteiten te steunen; 41% wenst transparante informatie en hieronder bedoelen de respondenten wellicht niet enkel financiële informatie; 35,5% zoekt een goede maatschappelijke bestemming voor hun geld.

(2) Financiële zekerheden

Financiële veiligheid houdt 56% van de spaarders/beleggers bezig. De bescherming en een redelijke aangroei van kapitaal wordt overigens dikwijls als een eerste ethische plicht gezien van wie geld beheert. Naast veiligheid (voor 56%) wordt een zekere opbrengst (voor 27%) of een maximale opbrengst (voor 25%) of een fiscale beloning (voor 23%) als belangrijkste financiële factoren aangehaald.

(3) Reputatie en service

De reputatie van en de goede dienstverlening door de financiële instellingen zijn met 22% en 16% de relatief kleinste zorgpunten voor dit publiek.

DEEL 3

Peiling naar bekendheid met en kennis over duurzaam beleggen

Beleggen

19 respondenten (8,6%) antwoorden nooit over 'ethisch' of 'duurzaam' beleggen gehoord te hebben.

Hoe dan ook geven 124 mensen aan deze beleggingsstijl zeer aantrekkelijk (56,4%) en 84 dit aantrekkelijk (38,2%) te vinden. Samen goed voor 94,6%. 6 respondenten geven de quotering 'minder aantrekkelijk' en 2 vinden het niet aantrekkelijk (samen 3,6%). 4 respondenten weten het niet.

Over de vraag omtrent het aanbod van duurzame beleggingsfondsen door hun financiële instelling(en) beweren niet minder dan 54,1% van de antwoorders nooit een aanbod i.v.m. duurzaam beleggen aangeboden te hebben gekregen.

Nochtans belegt 59,1% van de groep in duurzame beleggingsfondsen of aandelen of obligaties. Dit betekent dat de sensibilisering rond duurzaam beleggen zeker niet uitsluitend door de financiële instellingen zelf gebeurt.

Sparen

Wat 'duurzaam' of 'solidair' sparen betreft geven 136 mensen aan dit zeer aantrekkelijk (61,8%) te vinden en 73 vinden het aantrekkelijk (33,2%) te vinden. Samen goed voor 95,0%. 7 respondenten geven de quotering 'minder aantrekkelijk' en 2 vinden het niet aantrekkelijk (samen 4,1%). 1 respondent weet het niet.

In verband met duurzaam sparen stellen 50,9% van de respondenten nooit een aanbod gekregen te hebben van hun financiële instelling.

Nochtans spaart 66,4% van de groep duurzaam of solidair.

Ethische bekommernissen en overheersende waarden

Welk soort bedrijven zou de respondent trachten te mijden in een beleggingsportefeuille?

(Alles aangegeven in %, voor 1= zeer belangrijk; 2= eerder belangrijk; 3= eerder onbelangrijk; 4= niet belangrijk; 5= weet niet)

(Alles wordt teruggerekend op het totaal aantal respondenten, zelfs wanneer niet iedereen alle vragen beantwoordde. Het percentage respondenten dat niet antwoord staat onder NR)

Respondenten vinden – in termen van belangrijkheid – dat ze bedrijven willen mijden die:

	1	2	3	4	5	NR
betrokken zijn bij wapenhandel of –productie	84,1	6,8	3,6	2,3	0,9	2,3
dierenproeven uitvoeren	27,7	30,9	25,0	9,5	1,8	5,1
samenwerken met corrupte regimes	66,3	20,9	5,5	2,3	1,4	3,6
samenwerken met regimes die mensenrechten schenden	76,8	15,0	0,4	1,4	0,9	5,5
zich bedienen van kinderarbeid of die werknemers uitbuiten	77,7	13,6	2,3	0,9	1,3	4,2
slecht scoren op milieuvlak	65,9	25,5	4,5	0,9	0,9	3,2
behoren tot de kernenergiesector	32,2	27,3	19,1	12,7	3,6	5,1
werken met regimes die weinig aan milieubescherming doen	35,0	39,0	15,5	3,2	1,8	5,5
actief zijn in de sector van genetische manipulatie	33,6	26,8	20,0	10,5	4,6	4,5
betrokken bij productie van alcohol	6,8	7,3	36,4	39,1	5,0	5,4
de conventies van IAO niet toepassen	50,5	32,5	7,7	2,3	3,6	3,6
betrokken bij productie van tabak	23,2	24,5	26,4	16,8	3,2	5,9
streven naar winstmaximalisatie	14,1	20,5	37,3	18,2	4,1	5,2
betrokken bij productie van vlees	7,3	9,6	25,5	45,0	7,3	5,3
niet rapporteren over hun maatschappelijke impact	18,2	33,6	28,2	10,5	5,0	4,5
betrokken zijn bij fiscale of beursfraude	65,5	19,5	7,3	3,2	0,5	4,0
elders producten aanbieden die in België verboden zijn	61,4	21,8	5,9	2,3	3,6	5,0

Procentuele verdeling voor het belang dat respondenten hechten aan de thema's.

Indeling volgens de scores 1 en 1+2 (zeer belangrijk + eerder belangrijk).

	1	1+2
betrokken zijn bij wapenhandel of –productie	84,1	90,9
zich bedienen van kinderarbeid of die werknemers uitbuiten	77,7	91,3
samenwerken met regimes die mensenrechten schenden	76,8	91,8
samenwerken met corrupte regimes	66,3	87,2
slecht scoren op milieuvlak	65,9	91,4
betrokken zijn bij fiscale of beursfraude	65,5	85,0
elders producten aanbieden die in België verboden zijn	61,4	83,2
de conventies van IAO niet toepassen	50,5	83,0
werken met regimes die weinig aan milieubescherming doen	35,0	74,0
actief zijn in de sector van genetische manipulatie	33,6	60,4
behoren tot de kernenergiesector	32,2	59,5
niet rapporteren over hun maatschappelijke impact	18,2	51,8
dierenproeven uitvoeren	27,7	58,6
betrokken bij productie van tabak	23,2	47,7
streven naar winstmaximalisatie	14,1	34,6
betrokken bij productie van vlees	7,3	16,9
betrokken bij productie van alcohol	6,8	14,1

Suggesties van de respondenten

Een aantal respondenten gaven onderstaande suggesties mee. Deze staan min of meer geordend per thema en worden in de originele bewoordingen en taal weergegeven. In wat volgt kan het om afwijzingen of juist om gewenste activiteiten gaan.

Algemeen

- Het probleem is dat men niet altijd weet wat het bedrijf (niet) doet.
- Cohérence entre le discours et les actes.

Definiëring ethiek/duurzaamheid

- Er zijn ook banken (XX) die nu fondsen aanbieden (YY) waarin geen enkele garantie is voor werkelijke productie van hernieuwbare energie. Suez, Electrabel ... zit er allemaal in. Een normering van de benaming is belangrijk.

Maatschappelijke doelstellingen

- Aanvulling: de maatschappelijke betrokkenheid/engagements van bedrijven.
- Maximisation de l'emploi et du bien-être.
- Critère positif de soutien aux entreprises actives dans la recherche pour le développement durable et dans la formation de leur personnel ainsi que la participation de celui-ci et également actives dans le mécénat culturel et la connaissance en général.
- Sociale economie. Meerwaarden-economie.

Corporate governance, bedrijfsethiek

- Gouvernance d'entreprise et principes de responsabilité, corruption.
- Vergoedingen beheerders
- Transparence des rémunérations, vision à court-terme.
- Bedrijven die weinig of geen info aan de beleggers geven (transparantie) of die slecht scoren qua deugdelijk bestuur.

Stakeholder management

- Duurzame relaties van het bedrijf met zowel aandeelhouders, eigen werknemers, klanten als met omwonenden.
- Slechte relatie met de vakbonden.
- Participation aux communautés de vie.
- Het weigeren van elke dialoog met maatschappelijke drukkingsgroepen.

Transparantie

- Transparantie m.b.t. bedrijfsvoering (bijv. diverse types jaarverslagen).
- De publicatie van een sociale balans.
- Transparence financière et comptable générale (ex. montant connu des contrats pétroliers).
- Indien keuze uit meerdere bedrijven, beoordeling ook op hun personeelsbeleid en sociale balans.

Internationale dimensie

- Bedrijven die bewust markten in de derde wereld destabiliseren.
- Bedrijven die bewust regimes destabiliseren.
- Entreprises qui aident (ou n'aident pas) la population à devenir responsable de son destin.
- Fair trade.
- Noord-Zuid solidariteit die niet bevoogdend is.
- De regimes in de landen van oorsprong zelf, nog zonder dat ze daarom corrupt zijn of mensenrechten schenden.

- Of bedrijven al dan niet op een verantwoorde manier omgaan met de politieke macht van de landen waarin ze actief zijn ... niet voor onmogelijke keuzes stellen ...
- Het ontzeggen van voedselveiligheid aan de plaatselijke bevolking.
- Bedrijven die aan monopolievorming doen op vlak van voedselproductie.
- Respect de la législation sociale, y compris dans les pays dit développés.
- Respect des traditions.
- Délocalisation de l'emploi.
- Monopolisten.

Winst en vrije markt

- We mogen zoveel willen en dromen maar koken kost geld en men kan niet voorbij gaan aan de keiharde economische realiteit ... een globale aanpak is nodig maar winstmaximalisatie - wat nu het enige zaligmakende is - is niet houdbaar ... de wereld is rond en op een bepaald moment komt men terug bij af ... de lat moet overal, wat essentiële dingen betreft, ongeveer gelijk liggen anders is het geen eerlijke concurrentie maar een scheef getrokken situatie ... vrije markt moet ook synoniem staan voor rechtvaardigheid en eerlijke verdelingen van lasten en baten!!!!!!!!!!

Discriminatie

- Actions pour les personnes âgées et handicapées.
- Bedrijven die een racistisch of vrouwenonvriendelijke beleid voeren.
- Arbeids)kansen voor mindervaliden en chronisch zieken.
- Entreprises qui ne pratiquent pas légalité de traitement entre les hommes et les femmes.
- Place des femmes dans l'entreprise.
- La discrimination des femmes, des minorités ethniques, des gays et lesbiennes, des personnes handicapées, non seulement dans le personnel, mais aussi comme client/e/s.
- Egalité Femmes-Hommes.

Participatie

- Bedrijven waarbij geen sprake is van participatie in het besluitvormingsproces.
- Conditions de travail, implication du personnel dans la gestion.
- Préférence pour les systèmes coopératifs plutôt que S.A.

Verloning

- Entreprises qui n'offrent pas un salaire décent à leurs employés.
- Gelijke verloning voor allen, ongeacht functie.

Producten

- Productie van overbodige producten.
- Productie van onveilige producten en producten van lage kwaliteit.
- Entreprises qui fabriquent des produits créant une accoutumance (boisson style orangeade avec alcool ou cannabis par exemple) et qui axent leur publicité sur les enfants et adolescents.
- Dans le choix de grosses entreprises possibles suivant les critères ci-dessus, encourager celles qui investissent activement dans des domaines tels que les énergies renouvelables, les voitures hybrides (à faible consommation), même si elles ne sont pas le meilleures au point de vue des bilans environnemental ou sociétal?

Specifieke activiteiten

- Mines anti-personnel en particulier.
- Implication dans les jeux de hasard.
- Ik vind dat een bedrijf dat vlees produceert volgens de normen van de biologische landbouw wel verdienen heeft.

Productiemethoden

- Zeer belangrijk is dat er zo duurzaam mogelijk geproduceerd worden.
- Inspanningen om duurzame energiebronnen te gebruiken (voor België dus zonne- & windenergie).

Ketenbeheer

- Relations avec les sous-traitants

Marketing en publiciteit

- Overdreven marketing.
- Publicité (qui doit être informative et non-manipulatrice).

Mobiliteit

- Actions pour la sécurité des piétons.
- Bedrijven die de mobiliteitsproblemen versterken.

Impact en aspiraties van duurzaam beleggen

Welke invloed heeft duurzaam beleggen volgens de respondenten? Hoe oefent deze beleggingsstijl invloed uit? En valt van duurzaam beleggen een maatschappelijke invloed te verwachten?

Stelling 1

"Duurzaam beleggen is een goede manier om bedrijven aan te zetten tot verantwoordelijk gedrag"

91,3% van de groep is hiervan overtuigd (63,6% is sterk overtuigd); 5% is niet overtuigd.

Stelling 2

"Duurzaam beleggen kan niet veel veranderen aan het gedrag van bedrijven"

68,7% is het hiermee niet eens. 23,6% gaat akkoord met deze stelling.

Stelling 3

"Het is de taak van de overheid en niet van beleggers om te beslissen wat bedrijven moeten en mogen doen"

60,9% is het hiermee niet eens. 33,7% is wel akkoord.

Stelling 4

"Het is onbelangrijk of duurzaam beleggen onmiddellijk effect heeft op bedrijven, zolang ik maar weet dat mijn geld ethisch gezien een goede bestemming heeft"

57,8% is het niet eens met deze zienswijze en verwacht dat er wel degelijk een effect is.

Slechts 11% vindt zich volledig terug in deze stelling. Daarnaast is 26,8% eerder akkoord.

Stelling 5

"Ik verkies een vorm van duurzaam beleggen die zich duidelijk en consequent afzet van onoorbare en onverantwoordelijke praktijken"

93,6% schaart zich achter dit standpunt.

Stelling 6

"Duurzaam beleggen heeft enkel zin als aandeelhouders of fondsbeheerders hun stemrecht aanwenden om bedrijven te sturen richting duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid"

67,2% kiest voor een meer actieve vorm van duurzaam beleggen. 24,5% twijfelt aan de zin ervan.

Dit is de eerste stelling in de richting van een vorm van participatie van beleggers.

Leidmotief en onderscheidend principe bij duurzaam beleggen

Welke opinie uiten de respondenten in verband met hun duurzame beleggingsvoorkeur?

Stelling 1

"Een vorm van duurzaam beleggen die bedrijven zoekt die meer dan gemiddeld presteren op het vlak van 'meerwaarden voor mens, milieu en maatschappij' "

Met afgerond 90% is dit principe, dat maatschappelijke meerwaarden zoekt op een vergelijkende basis, de belangrijkste optie van de respondenten. Bij 57,3% is dit zeer uitdrukkelijk. Die vergelijkende basis is in de praktijk meestal het beste-van-de-sector principe ("best in class").

Stelling 2

"Beleggingen in bedrijven die een structurele dialoog aangaan met alle belanghebbenden"

84,5% vindt een dialogische bedrijfscultuur een belangrijk principe bij selecties in het kader van duurzaam beleggen.

Stelling 3

"Bedrijven die deugdelijk bestuurd worden en transparant zijn voor de buitenwereld"

85,5% geeft aan hieraan de voorkeur te geven.

Stelling 4

"Bedrijven die het als hun missie zien duurzaamheid na te streven in al hun activiteiten en dat ook gaandeweg realiseren en aantonen"

De dubbele doelstelling van duidelijke objectieven op het vlak van duurzaamheid en transparantie voor wat betreft het realiseren hiervan, is een leidmotief voor 92,7% van de antwoorders.

Stelling 5

"Hoofdzakelijk bedrijven die scheppers van tewerkstelling zijn"

54,1% vindt de maatschappelijke doelstelling van jobcreatie min of meer belangrijk.

Stelling 6

"Bedrijven die moeilijk toegang hebben tot klassieke financieringen (kapitaalmarkt)"

63,6% zou eerder uitkijken naar bedrijven die (om allerlei redenen) niet makkelijk toegang hebben tot de kapitaalmarkt.

Stelling 7

"Bedrijven die weliswaar rendabel zijn, maar arbeid en milieu laten voorgaan op winst"

87,3% hecht eerder of sterk belang aan de maatschappelijke doelstellingen van ondernemingen.

Stelling 8

"KMO's boven multinationale ondernemingen"

56,4% zou eerder direct beleggen in KMO's.

Stelling 9

"Bedrijven in specifiek duurzame sectoren (b.v. openbaar vervoer, hernieuwbare energie, bio-landbouw, ..), ongeacht hun beleid op het vlak van mens, milieu en samenleving"

Slechts 14,1% is sterk, 25% eerder voorstander van een focus op de activiteit, zonder verdere differentiëring naar milieu- en maatschappelijke prestaties. Deze benadering wordt afgewezen door 54,1% van de respondenten.

Stelling 10

"Bedrijven die goed scoren op het vlak van mens, milieu en samenleving, ongeacht de sector waarin ze actief zijn"

70,5% is geen voorstander van sectorale beperkingen en is bereid goede presteerders in portefeuille te nemen. 10% is wel sterk voorstander van sectorale afbakeningen.

Stelling 11

"Ik verkies dit alles over te laten aan de beheerders van de duurzame beleggingsfondsen"

Slechts 28,2% is het hiermee helemaal of gedeeltelijk eens. 55,5% wijst de suggestie af, 32,2% wijst dit sterk af.

Iets meer dan de helft wil de bepaling van de beleggingsvoorkeur niet overlaten fondsbeheerders.

DEEL 4

Niet-ethische bekommernissen

Naast ethiek en de duurzaamheidsprincipes spelen nog andere factoren mee in de keuze voor duurzaam beleggen. Aan de hand van volgende stellingen geven de respondenten aan welke andere – hoofdzakelijk financiële – criteria meespelen.

Stelling 1

“Duurzaam beleggen dient minstens evenveel op te brengen als traditionele beleggingsvormen”

Voor 15,5% is dit ronduit het geval. Nog eens 27,3% ziet liever een vergelijkbare opbrengst. Voor 28,6% is dit niet zo belangrijk en voor 25,5% is dit ronduit onbelangrijk.

Stelling 2

“Duurzaam beleggen is een minder risicovolle manier van beleggen”

Voor 5,9% is dit een klare zaak; bijkomend is 30,5% hiermee ‘eerder akkoord’. 27,7% is het hiermee eerder niet eens en 23,6% denkt wel degelijk dat er meer risico’s verbonden zijn aan duurzaam beleggen. Bijna 12,3% kan zich hieromtrent geen mening vormen.

Stelling 3

“Maatschappelijk verantwoordelijke bedrijven zijn - zeker op de middellange termijn - minder beladen met risico's, wat het financieel rendement wel positief moet beïnvloeden”

56,3% van de respondenten zet zich min of meer achter deze stelling. 27,7% gelooft deze voorstelling van zaken niet. 12,3% heeft er geen zicht op.

Stelling 4

“Duurzaam beleggen brengt meer kosten mee”

Slechts 28,2% gaat hiervan uit. 58,8% blijkt het hiermee niet eens te zijn. 13,6% weet het niet.

Stelling 5

“Zelfs als ik weet dat duurzaam beleggen wat minder dan gemiddeld opbrengt, zou ik ervoor opteren”

Een meer directe stelling, die - verrassend - door 38,6% van de respondenten resoluut wordt gevolgd en door 40,5% gedeeltelijk. 15,5% wijst de suggestie eerder af en nog eens 2,6% wil er niet van weten.

Stelling 6

“Ik heb geen vertrouwen (meer) in de aandelenmarkt”

Bij 41,8% is er geen vertrouwen in de beurs of is het vertrouwen niet hersteld (bij 11,4% speelt dit sterk mee). 40,9% is niet of weinig wantrouwig. 17,2% kan geen houding bepalen.

Stelling 7

“De bevindingen, dat duurzame beleggingen minstens evenveel opbrengen als traditionele beleggingen zijn betrouwbaar”

Bij 19,5% is dit vertrouwen groot en bijkomend 45,5% is geneigd deze studies voor waar aan te nemen. 2,6% gelooft er helemaal niets van en 13,6% bekijkt het ook kritisch. 18,6% neemt hier geen positie in.

Stelling 8

“Er bestaan onvoldoende duurzame aandelen om een gunstige portefeuillespreiding te bekomen”

20% weet het niet. 45% beaamt de stelling. 34,5% denkt dat er een gunstige spreiding is.

Stelling 9

"Ik zie geen enkel mechanisme dat duurzame aandelen zou bevoordelen qua rendement dan traditionele aandelen"

31,8% voelt zich niet in staat hierop bevestigend of ontkennend te antwoorden. 33,6% ziet wel degelijk een verklaring en 34,5% ontwaart geen mechanisme.

Stelling 10

"Ik zou verkiezen dat een deel van de opbrengsten gaat naar NGO's - VZW's met een grote maatschappelijke meerwaarde"

13,6% staat sterk achter deze suggestie en bijkomend 40,0% kan er eerder mee akkoord gaan. 35,5% is terughoudend.

DEEL 5

Informatie en communicatie over duurzaam beleggen

Stelling 1

"Ik wens de namen en bedragen te kennen van de aandelen en obligaties waarin mijn beleggingsfonds investeert"

Voor 91,8% van de respondenten is dit een evidentie.

Stelling 2

"Ik ben best tevreden met de informatie waarover ik beschik m.b.t. mijn beleggingsfondsen"

8,2% is helemaal tevreden en 27,7% is redelijk tevreden, maar 38,6% is niet volledig of helemaal niet tevreden.

Stelling 3

"Duurzame beleggingsfondsen verschaffen onvoldoende informatie over hun bevindingen en over welke bedrijven goedgekeurd of afgekeurd werden"

10% onderschrijft de stelling en 23,6% is eerder akkoord met de inschatting dat te weinig info wordt verschaft. 22,3% is blijkbaar ten dele tevreden met de informatie en 13,6% is het oneens met de bewering en lijkt dus tevreden met de doorstroming.

Stelling 4

"Duurzame beleggingsfondsen verschaffen voldoende informatie over onderzoeksmethoden en beslissingsprocedures"

Wat onderzoeks- en evaluatiemethodologieën betreft vindt 36,4% dat er voldoende info ter beschikking staat; 30,5% wil meer. Liefst 28,2% weet het niet.

Stelling 5

"Ik wens een korte omschrijving van de reden waarom een aandeel of obligatie geselecteerd werd in een duurzaam beleggingsfonds"

55% van de respondenten dringt sterk aan op deze info; nog eens 38,6% geeft aan deze gegevens ter beschikking te hebben.

Stelling 6

"Ontwerpers van duurzame beleggingsfondsen meer moeten praten met beleggers om hun drijfveren te kennen"

61,4% wil een vorm van dialoog met ontwerpers van duurzame beleggingsfondsen. 13,6% is geen vragende partij.

Stelling 7

"'Duurzaamheid' en 'maatschappelijke' thema's gespecialiseerde kennis en ondersteuning vergen; doorsnee beleggers hebben er geen kaas van gegeten"

63,6% vindt anderzijds dat gespecialiseerde kennis vereist is. 26,8% vindt dat doorsnee beleggers wel degelijk kunnen meepraten.

Stelling 8

"Fondsbeheerders dienen jaarlijks niet enkel een financieel, maar ook een kort duurzaamheidsverslag op te leveren over het voorbije jaar"

De consensus rond deze suggestie is zeer groot: 92,3% wenst een kort duurzaamheidsverslag. Slechts 4,5% vindt dit overbodig.

Stelling 9

"Aan de loketten moet expliciet aan alle beleggers de keuzemogelijkheid geboden worden tussen duurzame en traditionele varianten"

85% vindt dat duurzame financiële producten consequent dienen aangeboden te worden aan alle beleggers.

Welke interpretaties en conclusies kunnen uit dit onderdeel van de bevraging gedistilleerd worden?

Zo veel mogelijk transparantie lijkt wel de wens van deze groep respondenten te zijn.

Toch wordt wel degelijk onderscheid gemaakt tussen soorten informatie.

Bovendien gaat het niet enkel om eenrichtingsverkeer, maar ook om dialoog en ook de vraag naar volgehouden productaanbod komt terug.

(1) Informatie door fondsbeheerders

De inhoud van een portefeuille kennen (namen en bedragen), dat is voor de respondenten een vertrekpunt (92%). Meer nog, een zelfde 92% wenst jaarlijks een kort duurzaamheidsverslag vanwege de ICB.

(2) Dialoog met fondsontwerpers

Nagenoeg 2/3 van de respondenten wil ook van gedachte kunnen wisselen met product-designers.

En wat het inhoudelijk beheer betreft geeft een meerderheid toe dat er zeker gespecialiseerde kennis vereist is en gespecialiseerde beheerders, maar ¼ van de respondenten schijnt te vinden dat dit niet uitsluit dat consumenten kunnen blijven meepraten. Onder welke vorm en waarover precies blijft hier een open vraag. Deze kwestie maakte geen deel uit van de bevraging, maar moet zeker onderwerp zijn van verder onderzoek.

(3) Informatie vanwege duurzaamheidsanalisten

Hier is het ietwat moeilijker om tot eenduidige besluiten te komen voor wat betreft de duurzaamheidsinformatie. De meest mensen willen die wel, maar het is onduidelijk hoe ver dit moet gaan. Informatie over de reden van opname of uitsluiting van een titel in de portefeuille lijkt de grootste behoefte. Details over de selectiecriteria, de onderzoeksmethodologie en de selectieprocedures, dat lijkt niet iedereen tot zich te willen nemen. De beschikbaarheid van die informatie lijkt wel belangrijk.

(4) Verbetering aanbod

Een duidelijker en volgehouden aanbod van duurzame financiële producten is wat de meerderheid vraagt.

Redenen voor afwijzing van duurzaam beleggen

52% van de respondenten verklaart hogerop in de enquête te beleggen in beleggingsfondsen.

59,1% belegt ook daadwerkelijk in duurzame beleggingsfondsen of in duurzame aandelen of obligaties.

De volgende stellingen peilen naar de redenen voor eventuele afwijzing van een duurzame beleggingsstijl en waren uiteraard bedoeld voor wie géén duurzaam belegger is.

Toch beantwoorden meer dan de 40,1% niet-duurzame beleggers deze vragen (om aldus wellicht uit te drukken het niet eens te zijn met de stellingen). Daarom werden alleen de 'akkoord' scores geteld, omdat die wel van respondenten afkomstig zijn die niet duurzaam beleggen en omdat die ook duidelijkheid kunnen bieden over de redenen van afwijzing. Die scores worden weergegeven in % op de totale groep van respondenten.

Stelling 1

"Ik geloof niet dat duurzaam beleggen wezenlijke veranderingen teweegbrengt voor milieu en maatschappij"

1,4% is het daarmee volledig eens; 2,7% is eerder akkoord.

Stelling 2

"Ik weet niet waar dergelijke fondsen worden aangeboden"

16,8% geeft aan geen aanbieders te kennen.

Stelling 3

"Ik weet niks af van duurzaam beleggen"

3,18% zegt niets en 10,5% weinig af te weten van duurzaam beleggen.

Stelling 4

"Dergelijke fondsen zijn niet geloofwaardig"

0,9% vindt duurzaam beleggen helemaal niet en 2,3% weinig geloofwaardig.

Stelling 5

"Ik vind duurzaam beleggen meer iets voor idealisten"

1,4% is hiermee volledig akkoord; 5,5% is eerder akkoord.

Stelling 6

"Het is moeilijk goede informatie te krijgen over die aspecten van bedrijven"

Informatie en communicatie blijkt een struikelblok: 29,1% wijst hierop.

Stelling 7

"Het houdt een te groot risico in"

Slechts 5,5% komt er niet toe omwille van risico-aversie.

Stelling 8

"Het heeft mogelijk een te laag rendement"

13,6% is afgeschrikt door een mogelijk laag rendement.

Aanbod en beschikbaarheid van informatie blijken de belangrijkste sleutels te zijn.

DEEL 6

Bekendheid met keurmerk, merknamen, aanbieders van duurzame producten en leveranciers van duurzaamheidsinformatie

Geloofwaardigheid van duurzaam beleggen

Gevraagd werd 3 stellingen te quoteren in verband met kwaliteit en geloofwaardigheid van duurzaam beleggen.

Stelling 1

"De geloofwaardigheid van duurzaam beleggen staat of valt met de kwaliteit van de financiële beheerders"

Volledig akkoord: 34,5%; eerder akkoord: 45,5%; eerder niet akkoord: 9,5%; niet akkoord: 1,4%; weet niet: 7,3%

Stelling 2

"De geloofwaardigheid van duurzaam beleggen staat of valt met de kwaliteit van de duurzaamheidsanalyses en de ethische doorlichting van bedrijven"

Volledig akkoord: 55,5%; eerder akkoord: 36,4%; eerder niet akkoord: 1,4%; niet akkoord: 0,5%

Stelling 3

"Een scheiding tussen financieel beheer en ethisch selectie is noodzakelijk"

Volledig akkoord: 18,2%; eerder akkoord: 25,0%; eerder niet akkoord: 20,5%; niet akkoord: 15,0%; weet niet: 19,5%

Bekendheid met en waardering van Belgische markt van duurzaam beleggen

"Van welke actoren kent u de activiteiten op het vlak van duurzaam sparen of beleggen? Kan u voor deze actoren ook aanduiden hoe groot uw waardering is voor hun activiteiten/producten op het vlak van duurzaam sparen of beleggen?"

Aan de respondenten werd gevraagd hun waardering voor de activiteiten van de actoren op de Belgische markt van het duurzaam beleggen aan te duiden met volgende scores:

1= grote waardering; 2= eerder waardering; 3= weinig waardering;

4= geen waardering; 5= weet niet

De scores die aldus behaald werden geven dus niet enkel de waardering weer, maar ook de relatieve bekendheid van de actoren.

De hoogst gewaardeerde actoren zijn, met de antwoordpercentages voor respectievelijk (1) "grote waardering" en (2) "eerder waardering" en gerangschikt voor het totaal van score 1+2:

	1	2	1+2
Triodos Bank	66,4	13,2	79,8
Oxfam-Fairtrade	38,6	19,1	57,7
Ethibel	35,5	20,5	56,0
Vredeseilanden	24,1	16,8	40,9
Netwerk Vlaanderen	27,3	12,3	39,6
Alterfin	24,1	14,5	38,6
Hefboom	21,4	10,5	31,9
Réseau Financement Alternatif	20,9	6,8	27,7
Ethibel Sustainability Index (ESI)	18,6	8,6	27,6
Wereldsolidariteit	15,0	10,0	25,0
Kringloopfonds	7,3	14,1	21,1
Crédal	10,0	10,0	20,0

Aan grootbanken wordt een relatief lagere score toegekend, met de hoogste waardering voor Dexia Bank (25,4% voor score 1+2) en Fortis Bank en KBC Bank (beide 12,3%). De hoogste negatieve scores worden eveneens toegekend aan enkele grootbanken.

Bekendheid

In volgorde van bekendheid (zonder rekening te houden met waarderingen) worden volgende organisaties het meest vernoemd:

1.	Triodos Bank	82,8%
2.	Oxfam-Fairtrade	60,9%
3.	Ethibel	59,2%
4.	Vredeseilanden	45,0%
5.	Alterfin	44,4%
6.	Netwerk Vlaanderen	43,2%
7.	Dexia Bank	40,8%
8.	KBC Bank	31,9%
8.	Réseau Financement Alternatif	30,4%
9.	Ethibel Sustainability Index	28,6%
10.	Wereldsolidariteit	27,7%
11.	Crédal	23,2%

Onderzoeksgroepen achter grote 'merknamen' blijven relatief onbekend: Stock at Stake (14,1%), SiRi Co (8,2%), Eiris (6,9%) en Dutch Sustainability Research (4,6%).

Waardering van methodologische aspecten

Twee identieke reeksen vragen werden gesteld over methodologische aspecten, in het geval van het keurmerk "ETHIBEL" en het merk "TRIODOS".

Reeks 1: ETHIBEL

"Specifiek in verband met het Ethibel-keurmerk en de methodologie van Ethibel vragen wij u in de mate van het mogelijke volgende stellingen te waarderen".

Alles aangegeven in % van totale groep respondenten

Waardering: 1= volledig akkoord; 2= eerder akkoord; 3= eerder niet akkoord; 4= niet akkoord; 5= weet niet

	1	2	3	4	5	NR
(1) "De criteria van Ethibel zijn mij bekend"	17,7	30,9	11,8	24,1	12,3	3,2
(2) "De onderzoeks- en selectiemethoden zijn mij bekend"	9,5	25,0	18,8	30,5	13,6	2,6
(3) "De Ethibel-methodiek is streng"	11,8	24,5	7,7	4,1	47,3	4,6
(4) "De Ethibel-methodiek is te selectief"	0,9	4,1	24,1	16,4	49,5	5,0
(5) "De Ethibel-methodiek is moralistisch"		7,3	18,8	20,5	49,5	3,9
(6) "De Ethibel-methodiek is geloofwaardig"	18,6	30,0	3,6	2,3	42,0	3,5
(7) "De Ethibel-methodiek maakt waar wat ze belooft"	6,8	26,4	4,1	1,8	55,5	5,4
(8) "Ze levert een te beperkt beleggingsuniversum"	2,3	10,5	17,7	9,6	54,1	5,8

Reeks 2: TRIODOS

“Specifiek in verband met de Triodos research-methodologie vragen wij u in de mate van het mogelijke volgende stellingen te waarderen”.

Alles aangegeven in % van totale groep respondenten

Waardering: 1= volledig akkoord; 2= eerder akkoord; 3= eerder niet akkoord; 4= niet akkoord; 5= weet niet

	1	2	3	4	5	NR
(1) “De criteria van Triodos research zijn mij bekend”	18,6	37,7	12,7	18,2	10,5	2,3
(2) “De onderzoeks- en selectiemethoden zijn mij bekend”	10,5	35,5	16,8	21,8	12,7	2,7
(3) “De Triodos research-methodiek is streng”	7,2	30,5	9,6	5,5	42,7	4,5
(4) “De Triodos research-methodiek is te selectief”	1,8	6,4	25,0	15,9	47,3	3,6
(5) “De Triodos research-methodiek is moralistisch”	0,9	8,6	18,2	21,8	46,3	4,2
(6) “De Triodos research-methodiek is geloofwaardig”	18,2	35,9	4,1	2,3	35,5	4,0
(7) “De Triodos research-methodiek maakt waar wat ze belooft”	12,3	32,3	3,6	3,2	44,6	4,0
(8) “Ze levert een te beperkt beleggingsuniversum”	4,1	11,8	21,8	13,2	44,6	4,5

HOOFDSTUK 3

De resultaten: de focusgroepen

Focusgroepen

Aan de oproep voor de focusgroepen gaven 28 mensen gevolg, 12 Franstalige, 16 Nederlandstalige. 23 respondenten gaven te kennen 'duurzame' beleggers te zijn, 5 beschouwen zichzelf als traditionele beleggers.

De verdeling qua leeftijdscategorie:

- 18-25 jaar: 1
- 26-35 jaar: 2
- 46-44 jaar: 7
- 56-65 jaar: 8
- 66-75 jaar: 4
- 76-85 jaar: 1

Groep 1: Franstalige duurzame beleggers

(Brussel, 25 oktober 2004)

Aanwezigen

6 beleggers; een moderator (Marc Hongenaert), twee observatoren/verslaggevers (Sophie Spillemaeckers, Herwig Peeters)

Inleiding

- Het kader van het project (voorgesteld door Ethibel).
- Er zijn twee soorten focusgroepen in twee talen = 4 focusgroepen in totaal.
- Er zijn vooreerst 'overtuigden' (duurzame beleggers) en 'niet-overtuigden' (traditionele beleggers)
- Voorstelling begeleiding en andere niet-deelnemers.
- De precieze doelstelling van de avond.
- Peilen naar wat duurzame en traditionele beleggers denken over ethische beleggingsproducten.
- Meer in de diepte elementen aanbrengen over de mate waarin producten aansluiten bij verwachtingen.
- Te weten komen óf en hoe inspraak en participatie bij vormgeven van duurzame beleggingsproducten belangrijk is.
- Toelichting bij de doelstelling en werkmethode van een focusgroep. Een methodiek om gedurende een korte tijd zoveel mogelijk verschillende ideeën en suggesties te verzamelen, onderbouwd met uitgangspunten, waarden, ...
- Het gaat om een kwalitatieve bevraging
- Geen consensus vereist

Regels

- Alles mag gezegd worden.
- We hoeven het niet met elkaar eens te zijn.
- Luisteren naar elkaar is wel belangrijk.
- Niet door elkaar praten.
- Inpikken op elkaar.
- Uitgangspunten en waarom's = doorvragen.

De deelnemers

- Mr. A is boekhandelaar. Hij heeft zijn geld bij Triodos Bank geplaatst maar merkt nu dat anderen ook duurzame investeringen hebben. Hij vraagt zich af wat 'ethisch' nu echt betekent. Hij is niet tegen economisch rendement op zich. De economie moet wel morele waarden krijgen. SRI maakt dat handel zijn oude functie als basis voor culturele uitwisselingen een beetje terugkrijgt. Milieu is een zeer belangrijk aspect.
- Mr. B is ingenieur en werkt in de informatica. Eerst was hij een klassiek belegger. Triodos heeft hem kunnen overhalen zijn geld ethisch te beleggen. Dit gaf een zinnigheid aan zijn investeringen. Hij vindt dat openbaar vervoer belangrijk is. De maatschappij is te individualistisch en denkt te veel op korte termijn. SRI moet gepromoot worden.
- Mr. C is leraar in de economie. Hij is sociaal actief en lid van Attac. Hij is houder van certificaat aandeelhouderschap van Triodos en gaat naar de Algemene Vergadering. Momenteel is er overconsumptie. Er moet een politieke ecologie komen en het openbaar bestuur moet versterkt worden.
- Mr. D was vroeger parlementariër en gemeenteraadslid voor Ecolo. Hij is lid van de Réseau des Consommateurs Durables en wil dat consumenten hun macht gebruiken door zich te organiseren. Hij vertrouwt Triodos. Wel was hij verrast toen hij zag in welke bedrijven Triodos fondsen investeren. Hij vindt dat sommige problemen van de aarde prioritair moeten aangepakt worden, zoals het broeikaseffect en het ontwikkelen van duurzame energie.
- Mevr. E is professioneel danser en werkt ook op gezette tijden als vrijwilliger in Afrika op projecten rond kinderen en AIDS. Zij vindt dat Ethibel niet streng genoeg is. Er zit geen logica in de wijze waarop het onderzoek gebeurt. Ze heeft geen Ethibel fondsen. Er moet meer solidariteit zijn en lange termijn denken. Afrika is momenteel het slachtoffer van milieurampen en korte termijn denken, o.a. van het westen.

De meeste deelnemers waren op een of andere manier klant bij Triodos bank.

SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen

Aan de deelnemers werd een overzicht gevraagd van de sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen van duurzaam beleggen. De deelnemers spraken voor zichzelf als consument.

STERKTEN (strengths)	ZWAKTEN (weaknesses)
KANSEN (opportunities)	BEDREIGINGEN (threads)

Binnen de SWOT analyse vond een brainstorming plaats over vragen als:

- Wat zie je als sterkten aan DB?
- Waarom doe je aan DB mee?
- Wat ervaar je als zwakten?
- Waarom ben je niet overtuigd van DB?
- Welk soort kansen schept DB?
- Waarom/waardoor zou je wel mee doen?
- Waarom doe je wel mee?
- Wat is maatschappelijke evolutie (sociaal, economisch) waardoor dit type van beleggingen meer impact kan krijgen?
- Hoe kan je mensen naar dit soort beleggingen krijgen / op welke manier?
- Welk soort vijanden van DB liggen op de loer?
- Waardoor zou je afhaken? (bedreiging)

Visies

Hieronder een lijst van visies van de deelnemers rond sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van DB (Duurzaam Beleggen).

Sterktes

- Triodos hanteert goede criteria. Ze denken ook aan de rentabiliteit.
- DB is een omverwerping van de waarden. De winst is niet de belangrijkste waarde.
- De filosofie van het DB gaat in de goede richting.
- DB kan de economie veranderen.
- Duurzame beleggingsfondsen worden wellicht beter beheerd.
- DB getuigt van respect voor de mens.
- DB maakt het mogelijk bepaalde ideeën te realiseren.
- DB geeft investeerders de kans verantwoordelijk te zijn voor hun investeringen.
- Duurzame beleggingen brengen evenveel op als traditionele beleggingen.
- DB getuigt van solidariteit met de rest van de wereld.
- DB beïnvloedt de economische politiek van bedrijven en groepen.
- Er is meer en meer keuze mogelijk.

Zwaktes

- Alle duurzame beleggingsfondsen investeren in petroleumaansluitingen. Dit is voor één van de deelnemers onethisch.
- De criteria van DB worden met de tijd minder streng.
- DB is in zijn geheel niet coherent genoeg.
- Mensen denken dat SRI minder opbrengt en dat het een minder veilige belegging is.
- DB brengt niet veel veranderingen teweeg. Enkel bij catastrofes zullen mensen inzien dat er duurzame veranderingen moeten komen.
- Duurzame fondsen zijn weinig zichtbaar. De banken zetten de duurzame beleggingen niet echt in de 'picture'. Ze presenteren ze niet actief aan klanten.
- Banken zijn niet altijd voor ethische beleggingen, wellicht omdat deze hun (of hun verkopers) niet genoeg opbrengen.
- De criteria van duurzame beleggingen zijn veel moeilijker te begrijpen.
- De keuze is beperkter, er zijn minder soorten duurzame beleggingen dan traditionele beleggingen (bedoeld wordt producten zoals fondsen met kapitaalbescherming, click fondsen,...).
- De informatie over dit soort beleggingen bereikt meestal enkel mensen die reeds overtuigd zijn.
- De inhoud van een beleggingsfonds verandert steeds. Dit valt moeilijk op te volgen.

Kansen

- Er zou een criterium moeten opgenomen worden dat rekening houdt met de doelstellingen van een bedrijf, vooral indien die doelstellingen niet in de eerste plaats ethisch zijn.
- Er kunnen fiscale voordelen worden gegeven aan duurzame beleggingen.
- De financiële speculaties vormen een bedreiging voor de economie. Lange termijn beleggen kan hier tegenin gaan.
- Duurzaam beleggen duwt samen met andere initiatieven een golf van mentaliteitsveranderingen.
- De Europese Unie zou geharmoniseerde regels kunnen invoeren voor duurzaam beleggen.
- Bij een dalende economische conjunctuur heeft men meer interesse voor beleggingen op lange termijn.
- De evolutie naar een meer duurzame economie is onvermijdelijk.
- Er kan worden ingespeeld op de stijging van de interesse voor 'duurzaamheid' in het algemeen.
- Er kan meer informatie worden gegeven over DB en het onderzoek dat daarvoor wordt uitgevoerd.
- Er kan ingespeeld worden op de interesse van potentiële klanten voor bepaalde niches (b.v. een staatsbon met een ethische garantie).

Bedreigingen

- Het is zeer moeilijk om in te gaan tegen de kapitalistische cultuur. Het is een vrije markt. Dit vooral omdat ethische beleggingen minder opbrengen.
- Gezien de opbrengst kan men beter alles op een spaarboekje zetten, in plaats van ethisch te investeren.
- Zowel de EU, het WTO als het IMF hebben een zeer liberale kijk op de wereldhandel.
- Door 'over-informatie' worden mistoestanden in derde wereldlanden zeer banaal.
- Er is een zeer individualistische houding binnen de Westerse cultuur.
- Extreem rechts krijgt meer en meer macht.
- In een slecht economisch klimaat gaat men minder in SRI investeren.

Participatie

Aan alle deelnemers werd de vraag gesteld in welke mate zij als consument betrokken willen worden bij de verschillende aspecten van ethisch beleggen? De volgende vragen werden gesteld ter verduidelijking van het gevraagde standpunt:

- Welk mechanisme van structurele participatie zou je als consument wensen?
- Maar vooreerst: zou je mee willen sturen of is participatie geen must?
- Op welke manier zie je dit verlopen?
- Op welk niveau zie je dit? Voorbeelden zijn: mee discussiëren over criteria; mee bepalen vanaf welke praktijken bedrijven worden uitgesloten; medeadvies; medebeslissing; ...
- Hoe zie je die vertegenwoordiging van consumenten?
- Dient dit nationaal, wettelijk, voluntaristisch, via de Algemene Vergadering, via beslissingorganen van de BEVEK of via de leveranciers van duurzaamheidsinformatie georganiseerd te worden?

Visies

- Binnen een BEVEK zou men, b.v. via internet, gebruik kunnen maken van zijn stemrecht.
- Heeft iedereen wel de kennis om een bedrijf te evalueren en de mogelijkheid om mee te praten?
- Er moeten transparante criteria beschikbaar zijn.
- De fondsenmanagers zouden de consumenten moeten vertegenwoordigen binnen de algemene vergadering, en hun klanten informeren over hetgeen er gezegd werd.
- Er kan op twee manieren informatie verschaft worden, met name door het geven van een simpele versie en van een meer diepgaande versie.
- Er moet een verschil gemaakt worden tussen defensieve fondsen en positieve fondsen.
- Er moet meer informatie komen over de bedrijven die deel uitmaken van een BEVEK.
- Bij meer transparante producten heeft men automatisch meer vertrouwen.
- Fondsenmanagers kunnen hun klanten consulteren rond zeer specifieke ethische onderwerpen.
- Investeerders zouden kunnen deelnemen aan algemene vergaderingen van bedrijven.
- Het is belangrijk een zeker niveau van transparantie te hebben voor de ethische criteria.
- Banken kunnen hun klanten informeren door vergaderingen te organiseren, waar - op een zeer eenvoudige en pedagogisch verantwoorde wijze - DB wordt uitgelegd.
- Zijn er echter reeds voldoende gemotiveerde klanten, die zich willen engageren?
- Er moet meer druk worden uitgeoefend op de banken zodat ze meer duurzame fondsen aanbieden en deze op een eenvoudige wijze uitleggen aan de klanten.

Wat is het belang van labels voor duurzaam beleggen?

- Labels zijn onontbeerlijk, want ze maken duurzaam investeren veel eenvoudiger.
- De uitbrenger van het label moet zich wel aan een goed gedefinieerde methodiek houden en op zijn beurt gecontroleerd worden.
- Er is een risico dat de criteria te allesomvattend zijn.

- Er zou een systeem moeten komen met strenge basiscriteria, met daarboven de mogelijkheid positieve aspecten binnen verschillende domeinen te kunnen inbrengen.
- Naast elk label zou er een telefoonnummer en een webadres moeten komen.
- Voor elk label of gelabeld fonds zou er een brochure moeten worden uitgebracht die meer uitleg verschaft over de ethische waarde ervan.
- Bepaalde duurzaamheidscriteria, zoals respect of behoud van het patrimonium, kunnen worden opgenomen in de criteria van het label.
- Labels zouden korte profielen van bedrijven moeten verschaffen, waarin de sterke kanten van de opgenomen bedrijven worden uitgelegd.
- Er kunnen verschillende labels komen, labels die ecologische criteria opnemen, labels die sociale aspecten opnemen, ...

Groep 2: Franstalige traditionele beleggers

(Brussel, 27 oktober 2004)

Aanwezig

6 leden van een beleggingsclub, een moderator (Marc Hongenaert), twee waarnemers/verslaggevers (Herwig Peeters, Sophie Spillemaeckers)

Profiel van de deelnemers

Alle gasten waren lid van de beleggingsclub Investa. Allen hadden veel ervaring met beleggen en sommigen beheerden redelijk aanzienlijke fondsen. Alle aanwezigen waren mannen, waarvan enkelen reeds met pensioen waren. Zij waren goed op de hoogte van verschillende manieren van beleggen. Zij waren allen traditionele beleggers. Ondanks hun grote kennis van de beleggingswereld hadden zij zeer nauwelijks of niet gehoord van duurzame beleggingen. Ze waren wel geïnteresseerd. De vraag naar meer informatie was zeer groot. Investa organiseert maandelijks een informatieve bijeenkomst, waar zij steeds verschillende sprekers op uitnodigen.

Wat is ethisch/duurzaam?

- De eerste discussie werd gehouden over de concepten 'ethisch' en 'duurzaam'. De discussie werd meer op filosofisch vlak gehouden. Niemand had een concreet idee van wat hij/zij zelf onder ethisch en duurzaam verstonden.
- Alle deelnemers waren het erover eens dat het concept 'ethisch' te vaag was en te subjectief.
- Gezien er volgens hen geen algemeen aanvaarde definitie bestaat van wat 'ethische' bedrijfsvoering is, kan men bedrijven ook niet verwijten niet ethisch te zijn. Niemand kan momenteel de criteria bepalen van wat 'ethisch' is. Indien men bedrijven aanvalt op hun niet-ethische praktijken, dan loopt men het risico aan 'heksenjacht' te doen.
- Ethische criteria verschillend ook per sector. Men kan niet dezelfde eisen stellen aan de chemiesector als aan de bankwereld.
- De term 'duurzaamheid' werd veeleer geassocieerd met een bedrijf dat producten maakt die lang meegaan. 'Duurzaamheid' werd door niemand geïnterpreteerd in de zin van de Brundlandt Commissie (zorg dragen voor de huidige en de toekomstige generaties). De vraag werd gesteld hoe iets duurzaam kon zijn, gezien alles vergankelijk is.
- 'Duurzaam' werd als een partijdig en subjectief begrip aanzien. Velen vragen zich af wie het recht heeft criteria te stellen en bedrijven te be- of veroordelen.
- Alle deelnemers waren ervan overtuigd zelf verantwoord te investeren. De verantwoordelijkheid van de investeerder ligt niet op het maatschappelijk vlak. De maatschappelijke verantwoordelijkheid ligt bij de regeringen. Zij moeten ervoor zorgen dat bedrijven zich aan bepaalde regels houden, niet de investeerders.
- Het belangrijkste bij investeringen is het feit dat investeringen moeten opbrengen. Individuele investeerders kijken enkel naar de dividenden en naar de groei van de bedrijven. Tijdens algemene vergaderingen merkt men duidelijk dat niemand in de ethische aspecten van het bedrijf geïnteresseerd is.
- Waarom zou men een bedrijf dat wapens verkoopt veroordelen? Wapens worden niet alleen gebruikt in oorlogen. Ze zijn ook noodzakelijk voor het bewaren van de vrede. Waarom zou men bedrijven die wapens verkopen veroordelen?

SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen

Er werd een discussie opgezet om tot een SWOT analyse van duurzaam beleggen te komen.

Visies

Gezien de aanwezigen zeer weinig kenden van duurzaam beleggen, was het voor hen moeilijk om concrete elementen aan te geven. De discussie bleef hier vaak zeer theoretisch.

Deze groep had meer aan de term 'ethisch' en kon niet goed overweg met het begrip 'duurzaam'.

Sterktes

- Er kwam van niemand een antwoord op deze vraag.

Zwaktes

- De termen 'duurzaam' en 'ethisch' zijn redelijk vaag.
- Er zijn weinig beleggingsmogelijkheden.
- Er wordt zeer weinig reclame gemaakt rond ethische beleggingen. Ze zijn hierdoor weinig gekend. Als voorbeeld werd aangehaald dat zij tijdens hun maandelijkse conferenties nog nooit een spreker hadden gehad die het over ethische investeren had.
- Een bedrijf dat ethisch bezig is het ene jaar, kan het volgende jaar van koers veranderen (b.v. Vivendi en Picanol). Het lijkt moeilijk voor een fonds om dit op te volgen. Vooral bij obligaties kan dit een probleem vormen. Men kan zich op dat moment niet ontdoen van deze titels.
- Een label kan leiden tot het opstellen van een zwarte lijst. Bedrijven kunnen hierdoor bankroet gaan en er kan een onaanvaardbaar totalitair systeem komen.
- Duurzame criteria zijn veel minder belangrijk dan financiële criteria bij investeringen.

Kansen

- Men zou een ethisch beleid kunnen aankaarten tijdens de algemene vergaderingen. Deze vergaderingen mogen evenwel hierdoor niet tegengewerkt worden.
- CEO's zouden gestraft moeten worden indien ze niet correct handelen op financieel vlak.
- Momenteel kan men enkel ethisch investeren via traditionele beleggingsformules. Er zouden meer varianten van ethische beleggingen op de markt moeten komen.

Bedreigingen

- Ook hier geen ideeën.

Niet-financiële overwegingen

"Zijn er niet-financiële overwegingen, die bij u wel meespelen bij uw beleggingskeuzes"?

Visie

- Hier speelt vooral de eerlijkheid van het management en een transparant beheer van het bedrijf een rol. Beleggers voelen zich echt in de luren gelegd, indien blijkt dat bedrijven bepaalde feiten verborgen hielden. Het management moet zich minstens als een goede huisvader gedragen en betrouwbaar zijn.
- Het respect voor de aandeelhouders is ook een zeer belangrijk ethisch aspect.
- Met persoonlijke ethiek wordt er bij het beleggen geen rekening gehouden. Bij het beleggen worden bepaalde economische regels gevolgd, het is niet gepast om hier rekening te houden met gevoelens.
- Slechts twee participanten konden zich herinneren reeds rekening te hebben gehouden met ethische criteria. Een had een probleem met het produceren van sigaretten omdat hij tegen roken is. Hij had hierdoor getwijfeld aan een belegging bij Philip Morris. Hij zag echter af van zijn morele overtuiging. Een andere wou niet investeren in l'Oréal, omdat die dierenproeven uitvoeren. Hier ging het om een zuiver emotionele reactie.
- Een van de beleggers wil niet in China investeren omdat het geen democratisch land is. Volgens hem kan dit land hierdoor niet stabiel zijn. De mensen zullen revolteren. Deze mogelijke revoltes vormen voor hem een te grote risicofactor om te beleggen. Zo wil men ook niet in Zuid-Afrika investeren. Het regime is er niet stabiel genoeg, en hierdoor is het risico te groot.
- Er wordt wel erkend dat er een relatie is tussen het risico en de eerlijkheid waarmee bedrijven communiceren.

- Indien men met ethische criteria zou werken bij beleggingen, zal men altijd subjectieve, toevallig gekozen criteria gebruiken. Men zou een zwart-wit lijst van bedrijven maken, wat zeer anti-democratisch is.
- Het is zeer moeilijk voor kleine investeerders om na te gaan hoe een bedrijf echt in elkaar zit. Zij zijn meestal het slachtoffer van slogans die 'partials et partiels' zijn (partijdig en gedeeltelijk).

Keuze voor duurzaam beleggen

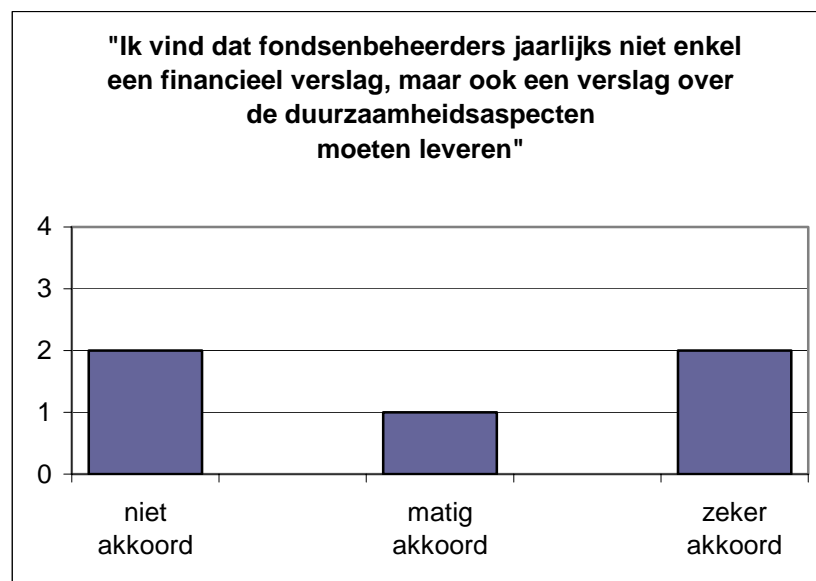
"Onder welke voorwaarden zou u dan wel voor duurzaam beleggen kiezen"?

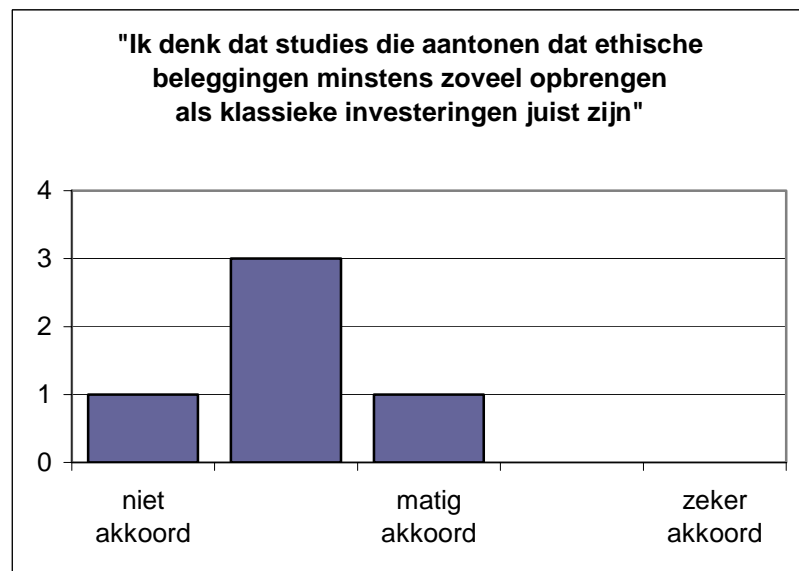
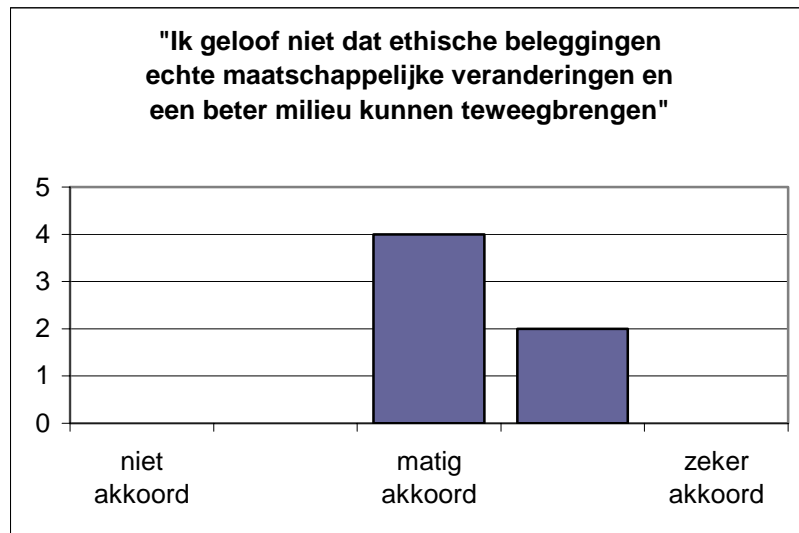
Visie

- Rentabiliteit is het ultieme criterium.
- Bij een gelijke rentabiliteit en bij een goede communicatie over de ethische aspecten en indien er een transparante communicatie is over de criteria zou een ethische investering overwogen kunnen worden.
- Die criteria moeten evenwel internationaal erkend worden. De bedrijven zelf zouden een rol kunnen spelen bij het opstellen van de criteria. Idealiter zouden deze kunnen worden vastgelegd bij wet.

Stellingen

Er werden ook enkele stellingen geponeerd en aan de deelnemers werd gevraagd in hoeverre ze het eens waren of niet.





Conclusies

- Ondanks hun verregaande kennis en ervaring op het vlak van beleggen hadden deze mensen geen kennis van ethisch of duurzaam beleggen. Blijkbaar werd hen hieromtrent zeer weinig informatie verschaft.
- Rekening houden met ethische criteria staat voor hen een goed portefeuillebeheer in de weg.
- Volgens hen kunnen zij weinig tot geen invloed uitoefenen op de maatschappelijke verantwoordelijkheid van de bedrijven waarin zij investeren.
- Investeren is dan ook een puur financiële kwestie, waarin geen enkele morele factor een rol mag spelen indien men zichzelf serieus neemt. De enige verantwoordelijkheid die werd erkend was deze van een goed kapitaalbeheer.
- Indien er dan al druk op de bedrijven moet gezet worden opdat ze zich verantwoordelijk zouden gedragen, dan moet dit vanuit de overheid komen.
- Er werd een zeer duidelijke scheiding gezien tussen de persoonlijke ethiek en de wijze van investeren.
- De stelling die beweert dat studies aantonen dat ethische investeringen financieel interessant waren, werd wantrouwend bekeken.
- De enige morele factor waaraan elke deelnemer gevoelig was, is eerlijkheid en transparantie vanwege het bedrijfsmanagement.
- Toch werd er geen link gelegd tussen ethisch investeren en een beter risicobeheer.

Groep 3: Nederlandstalige traditionele en duurzame beleggers (Brussel, 15 november 2004)

Aanwezig

4 beleggers, 1 moderator (Jim Baeten), 2 waarnemers/verslaggevers (Sophie Spillemaeckers, Herwig Peeters)

Profiel van de deelnemers

- Mr. K is onderwijzer. Hij is duurzaam belegger. Wil een duurzame toekomst voor zijn kinderen verzekeren.
- Mr. L is beheerder vennootschappen binnen Belgacom. Wil weten wat er met zijn geld gebeurt. Is zeer kritisch en bewust. Wil bijdragen tot een betere wereld.
- Mr. M was eerst bankier, werkte daarna uit onvrede met de financiële wereld voor het rekenhof. Is nu gepensioneerd. Definieert zichzelf als bureaucraat. Hij staat sympathiek, doch zeer kritisch t.o.v. ethische initiatieven. Hij merkt weinig veranderingen. Hij spaart en investeert in staatsleningen. Wil geld zo eenvoudig en risicoloos mogelijk investeren. Heeft reeds in enkele groene projecten geïnvesteerd. Dit liep echter meestal slecht af.
- Mr. N is bediende bij de NMBS en deeltijds vertegenwoordiger van Triodos. Wil dat de wereld in stand wordt gehouden voor toekomstige generaties. Belegt 20% ethisch en 80 % klassiek.

SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen

Hieronder vindt men de analyse van de deelnemers. De quotes die onderlijnd staan, werden als zeer belangrijk aangeduid.

Visies

Sterktes

- Het geïnvesteerde geld heeft een onmiddellijke sociale en ecologische meerwaarde. Vooral indien men in aandelen investeert of met Hefboom werkt.
- DB oefent druk uit op banken en op mainstream beleggers.
- De risico's zijn gemiddeld even groot als bij andere bedrijven.
- Het bevoordeelt meer democratische structuren.
- Door duurzaam te beleggen kan ik met mijn geld de verantwoordelijkheid dragen, die ik heb voor het kapitaal dat ik investeer. Ik kan mee richting geven aan de veranderingen binnen deze wereld.
- Sommige duurzame investeringen werken met kleine, gemakkelijk op te volgen projecten (Triodos). Kleinschalige projecten zijn ook makkelijker te financieren.

Zwaktes

- Er is te weinig informatie en bestaande informatie is niet zo vlug te vinden (b.v. voor Krekelsparen).
- Investeren in alternatieve energie is zeer risicovol.
- DB blijft een fenomeen in de marge.
- Er zijn te weinig geloofwaardige projecten in de alternatieve sector. Projecten zijn ook meestal minder duidelijk dan men doet uitschijnen.
- Niet alle projecten boezemen vertouwen in en niet iedereen vertrouwt de verschillende projecten.
- Banken verschaffen zeer weinig informatie over hun duurzame producten.
- Er wordt in het algemeen weinig informatie verschaft over duurzaam investeren. Men moet er echt achter zoeken.

- De informatie die men kan verkrijgen is te ingewikkeld voor een leek. Het is niet toegankelijk voor een breed publiek.
- Elke financiële instelling heeft tegenwoordig 'duurzame producten'. Dit betekent dat indien men in deze producten investeert, de opbrengsten naar de bank gaan. Deze zal moeilijk als ethisch kunnen worden beschouwd, daar weinig banken ethisch te werk gaan.
- Het is moeilijk als privé investeerder direct in producten te beleggen. Men moet daartoe voldoende geld hebben om de risico's te spreiden. Het is moeilijker om tot een goede spreiding te komen bij duurzaam beleggen.
- De werking van Triodos is te ingewikkeld. Ze hebben een te hoge drempel.
- Triodos werkt vooral met kleine projecten. Is hierdoor weinig zichtbaar voor het grote publiek en zou een grote aangroei van zijn klanten niet aankunnen.
- Weinig mensen zijn in ethische aspecten geïnteresseerd. Voor velen is enkel de winst belangrijk.
- Echt duurzame beleggingen zijn te risicovol. Enkel een beperkt aantal mensen is bereid dit risico te nemen. Banken die een voorloper waren met duurzame beleggingen werden allen opgeslorpt. Dit toont aan dat het geen goede investering was.

Kansen

- Er kunnen structuren worden opgezet waarbij fondsbeheerders en beleggers samen kunnen discussiëren. Beleggers zouden hier het laatste woord moeten hebben. Investeerders zijn immers verantwoordelijk voor wat er met hun geld gedaan wordt.
- Er moet beter gecommuniceerd worden over duurzaam beleggen. Het moet een normaal product worden. Nu is het te weinig gekend, ook binnen de banksector. Dit kan veranderen (zie Max Havelaar, Wereldwinkels,...).
- Ethische labels geven vertrouwen aan de consumenten. Maar dat geldt uiteraard maar in die mate dat die labels gekend zijn.
- De laatste 10 jaar is er veel veranderd en werden er veel meer kansen geschapen voor allerlei duurzame producten.
- Banken zelf zouden hun geldstromen meer in duurzame producten of bedrijven moeten investeren.
- Beleggingsfondsen moeten met geloofwaardige producten komen en hier betrouwbare informatie over verschaffen.
- Banken die duurzame producten verkopen moeten deze meer naar voren brengen. Duurzame beleggingen zouden 'mainstream' moeten worden en geen nicheplaats innemen. De producten zouden veel meer als vanzelfsprekend moeten aangeboden worden en niet als marginaal mogen aanzien worden. DB moet grootschaliger worden. Als je niet naar de grote massa gaat, dan blijf je op de zijlijn staan.
- Triodos Bank moet meer kantoren hebben, zodat de drempel veel lager ligt. Ze zou kunnen functioneren via internet-bankieren. Hierdoor wordt echter een hele bevolkingsgroep achteruit gesteld.
- De producten moeten veel gemakkelijker toegankelijker zijn en meer gediversifieerd.
- In alle lagen van de bevolking zijn er mensen die het goed menen.

Bedreigingen

- Hefboom (en andere alternatieve financiers) doet aan voorfinanciering van achterstallige subsidies. Dit zouden klassieke banken moeten doen. Geld geven om de lacunes van de overheid in te dekken is geen ethische belegging. Dit kan sommigen doen afhaken.
- Er is geen wet die inhoudelijk beslist over wat een duurzame investering nu juist moet inhouden.
- Renteaftand is geen ethische belegging. Het is een caritatieve daad.
- Het kapitaal van Hefboom wordt nu in het Stimulusfonds van Bacob gestoken. Vroeger was dat in staatsobligaties. Bacob zelf heeft bij sommigen een slechte reputatie, gezien hun onethische speculaties in de Europawijk.
- Indien duurzame investeringen mainstream worden en daartoe hun criteria zo verzwakken dat de maatschappelijke meerwaarde verwatert, dan verliest ethisch

beleggen zijn waarde. Men moet ervoor zorgen dat ethische beleggingen steeds geloofwaardig blijven.

De motivatie van de duurzame belegger

"Waarom investeert men ethisch"?

Visie

- Ik wil door ethisch te investeren een maatschappelijke meerwaarde verwezenlijken.
- Ik vind het moeilijk enkel te investeren via Triodos. Ze bieden maar 2 of 3 producten, dit is niet genoeg.
- Investeren in De Post leek me vroeger democratisch. Ook Fortis lijkt meer aanspreekbaar voor maatschappelijke waarden. Dit vanuit haar verleden als staatsbank.
- Ik wil investeren in bedrijven die een no-nonsense politiek hebben en aanspreekbaar zijn (b.v. Colruyt).
- Ik vind dat beleggingen duurzaam genoeg moeten zijn, maar ook genoeg gespreid zijn om geen risico te lopen.
- Niet iedereen heeft genoeg kapitaal om dit te kunnen spreiden. Daarom kan niet iedereen in bedrijven of projecten zelf geld steken. Naast geld moet men er ook kennis van zaken voor hebben en vooral tijd.

Stellingen

Er werden enkele stellingen aan de deelnemers voorgelegd. Zij konden voor elke stelling een quotering geven.

Met 1 en 2 gaven de deelnemers weer dat ze het er zeer sterk of sterk eens waren met de stelling, met 4 en 5 dat ze het er helemaal of sterk mee oneens waren en met 3 dat ze het er ongeveer mee eens waren.

Stelling 1

"Ik zou enkel duurzaam beleggen als het me minstens evenveel opbrengt als traditionele beleggingsvormen"

- Respons: scores 1-1-1-2
- Beleggen moet een financiële opbrengst hebben. Opbrengst is één van de criteria. Het gevoel van iets nuttigs te doen speelt hierbij een belangrijke rol.

Stelling 2

"Ik vind het Ethibel-label zeer betrouwbaar en transparant"

- Respons: scores 3-2-3-4
- Het label is waarschijnlijk zeer betrouwbaar, maar niet transparant. Ethibel is niet commercieel bezig. Ethibel werkt rond waarden. Spijtig is dat Ethibel vooral negatieve criteria gebruiken (dit statement werd later rechtgezet door de aanwezigen van Ethibel). Er wordt vooral vanuit een zeker gevoel gesproken over het label. Niemand kende de echte werking ervan.
- Een keurmerk is zeer belangrijk. Het zou echter inzichtelijker zijn indien er een soort van procentuele schaal zou meegegeven worden. Het zou een degelijkere indruk geven. Nu is het niet erg sexy.
- Er wordt zeer weinig info gegeven over het label.
- Niemand wil het label als zeer betrouwbaar bestempelen, wel als betrouwbaar. Er blijft steeds een zekere reserve.
- Het zou goed zijn een wettelijk label te ontwerpen voor duurzame investeringen.
- Momenteel is er geen directe communicatie over de inhoud van het label. Hier zou een marketingbureau voor kunnen worden ingezet.
- Banken zouden hun klanten meer prospectussen moeten geven met informatie over duurzame beleggingen. Dit geldt echter ook voor klassieke beleggingen. Over het algemeen is er te weinig informatie.

Stelling 3

"Ik vertrouw op de bevindingen, dat duurzame beleggingen minstens evenveel opbrengen als traditionele beleggingen".

- Respons: scores 1-2-3-4

Participatie

Aan alle deelnemers werd de vraag gesteld in welke mate zij als consument betrokken willen worden bij de verschillende aspecten van ethisch beleggen?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SCHAAL
	1		1		1		1			RESPONS (# antwoorden)

Ook hier werden de volgende vragen werden gesteld ter verduidelijking van het standpunt:

- Welk mechanisme van structurele participatie zou je als consument wensen?
- Maar vooreerst: zou je mee willen sturen of is participatie geen must?
- Op welke manier zie je dit verlopen?
- Op welk niveau zie je dit? Voorbeelden zijn: mee discussiëren over criteria; mee bepalen vanaf welke praktijken bedrijven worden uitgesloten; medeadvies; medebeslissing; ...
- Hoe zie je die vertegenwoordiging van consumenten?
- Dient dit nationaal, wettelijk, vrijwillig, via AV, via beslissingorganen van de BEVEK of via de leveranciers van duurzaamheidsinformatie georganiseerd te worden?

Visies

- Eén deelnemers (score 2) wil wel betrokken worden, maar wil er zich niet actief mee bezig houden.
- Een andere (score 4) wil niet mee bepalen hoe het product er uit moet zien. Dit is het werk van specialisten. Hij wil wel feedback geven over de kwaliteit ervan. Hij vergelijkt het met het proeven van champagne. Zelf wil hij niet mee de productiewijze bepalen, daar zijn de vakmensen voor. Hij wil wel meedelen wat hij van de kwaliteit van de champagne denkt.
- Nog een deelnemer (score 6) wil meer gedetailleerde informatie verkrijgen voor het geval hij zich actief zou willen inzetten. Informatie kan via internet verspreid worden.
- Een deelnemer (score 8) wou echt actief meedoen. Hij wou met de analisten kunnen spreken. Hiervoor vond hij de algemene vergadering een goed instrument. Hij vindt dat hij momenteel te weinig controle heeft over de samenstelling van de fondsen van Triodos. Deelnemen aan de raden van bestuur neemt echter zeer veel tijd in beslag.
- Een ethische beleggingsclub zou een goed idee kunnen zijn. De tijd lijkt er rijp voor. Misschien kan er zelfs een 'vakbond van duurzame beleggers' komen. De huidige overkoepelende organisatie van Vlaamse beleggingsclubs (VFB) heeft toch absoluut geen interesse voor ethische beleggingen.

Tot slot: de ultieme tip

"Hebt u een ultieme tip voor Ethibel en voor het duurzaam beleggen?"

- Ethibel zou het label meer moeten in de markt zetten. De zichtbaarheid moet groter worden.
- Het mag geen gemarginaliseerd product zijn, maar moet 'mainstream' gepromoot worden.

Groep 4: Nederlandstalige traditionele en duurzame beleggers

(Brussel, 18 november 2004)

Aanwezig

6 beleggers, een moderator (Jim Baeten), 2 waarnemers/verslaggevers (Sophie Spillemaeckers, Jan Vandenhove)

Profiel van de deelnemers

- Mr. S is werkzoekende. Hij werkte vroeger als administratief bediende bij een privé bank. Beleggen moet vooral opbrengen. Investeert voor 10% in duurzame beleggingen.
- Mr. T komt uit het bedrijfsleven en werkt als vrijwilliger voor Netwerk Vlaanderen. Hij belegt uitsluitend duurzaam en wil vooral een sociaal rendement. Het financiële is niet zo belangrijk. Door geld te lenen willen ze, zoals een spreekwoord zegt, de mensen geen vis geven, maar hen de kans geven te leren vissen. Hij investeerde o.a. in Alterfin.
- Mr. U was ambtenaar en is nu gepensioneerd. Heeft niet veel kapitaal. Hij wil vooral duurzaam investeren. Verder is hij zeer sociaal geëngageerd. Duurzaam investeren is hier een verlegde van. Dit wordt niet door iedereen van zijn generatie aanvaard. Er wordt verondersteld dat duurzaam beleggen minder opbrengt en dat men deze opbrengst verschuldigd is aan zijn kinderen. Hij vindt dat hij zijn kinderen alle kansen gegeven heeft om zelf voor hun inkomen te zorgen. Geld moet wel goed beheerd worden om het blijvend zo nuttig mogelijk te kunnen blijven gebruiken. Hij wil zijn kleinkinderen reeds de smaak van duurzaam investeren geven door hen een aandeel in een windmolenpark te schenken.
- Mr. V werkt als informaticus. Als je de wereld wil veranderen moet je bij jezelf beginnen. Zelfs al is het een druppel op een hete plaat, het zal toch ergens de hitte afkoelen. Zeker indien er meerdere druppels zijn. Rendement is belangrijk. Hij investeert voor 20% duurzaam. Traditionele beleggingen tracht hij zo ethisch mogelijk te doen.
- Mr. W is sociaal-cultureel werker en boerenzoon. Ook zijn kinderen hebben de kans gekregen te studeren en om zich te ontplooien. Dit is de beste belegging in de toekomst. Zelf heeft hij enkele symbolische beleggingen bij Netwerk Vlaanderen.
- Mr. X werkt als informaticus en als beheerder van gebouwen bij een bank. Hij heeft 4 kinderen en weinig vrije tijd. Hij belegt maar voor een deel ethisch, maar al zijn klassieke beleggingen zijn terug te vinden in Altermision. Vroeger werkte hij als vrijwilliger voor Netwerk. Hij wil er zeker van zijn dat zijn geld op een goede manier geïnvesteerd wordt (geen wapens...). Hij vindt het moeilijk om duurzaam beleggen te beschrijven zonder er negatieve criteria voor te gebruiken.

SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen

Hieronder vindt men de analyse van de deelnemers. De elementen die onderlijnd staan, werden als zeer belangrijk aangeduid.

Visies

Sterktes

- Bij elke portefeuille zou men een deel duurzame beleggingen moeten toevoegen om te diversifiëren.
- Duurzame fondsen denken op langere termijn.
- Bedrijven die men in duurzame fondsen terugvindt, denken op langere termijn.
- Ze hebben niet alleen een sterk sociaal rendement, maar dikwijls ook een goed financieel rendement (groenfonds, Triodos fonds).
- Bedrijven uit duurzame fondsen zijn op lange termijn zeker niet slechter dan 'onethische' bedrijven.

- Bij duurzame fondsen heb je meer te zeggen over je beleggingen. Je kan meebeslissen over wat er met je geld gebeurt. Je blijft betrokken bij wat er met je geld gebeurt.
- Als je zelf direct investeert, dan kan je betere spreiden. Het is dan wel risicokapitaal (b.v. Alterfin). Je moet dan wel diversifiëren (Ecopower, obligaties van Oxfam, ...). Zo kan je met kleine bedragen werken en heb je geen bank meer nodig.
- Netwerk Vlaanderen krijgt veel respons op zijn actie tegen wapens.
- Duurzame bedrijven staan voor een goed beheer.
- Het is belangrijk een pionier te zijn voor een betere wereld.
- Duurzaam/ethisch investeren geeft een goed gevoel omdat het geld goed besteed wordt.
- Sociaal en ecologisch rendement zijn op lange termijn het enige duurzame.
- Het is een manier om geld anders te bekijken. Het gaat tegen het kapitalistisch systeem in.

Zwaktes

- Indien het rendement van duurzame investeringen veel lager is, dan zullen er weinig mensen in investeren. Beleggen is niet hetzelfde als schenken.
- Het is moeilijk aan te kopen via de normale financiële kanalen.
- Er wordt te weinig rond gecommuniceerd. Weinig mensen weten dat je duurzaam kan beleggen.
- Het wordt niet professioneel genoeg aangepakt.
- De meeste bankfilialen weten niets over duurzaam beleggen en sparen.
- Banken durven geen duurzame producten te promoten, omdat die de reputatie hebben weinig rendabele beleggingen te zijn.
- Altvision werd veel tijdens een veel te korte periode gepromoot.
- Er lijkt weinig verschil te zijn tussen Altvision en gewone beleggingen.
- Veel investeerders blijven denken dat duurzaam beleggen altijd minder opbrengt.
- Duurzaam beleggen is niet duidelijk gedefinieerd. Het begrip kan uitgehold worden.
- Sommige ethische beleggingen hebben een te laag sociaal en financieel rendement.
- Bij beleggingen zit geld vast.

Kansen

- Duurzame beleggingen moeten meer aangeboden worden door de banken.
- Banken kunnen duurzame beleggers aantrekken door promotie te maken voor duurzaam beleggen.
- Zelfs voor mensen zonder ethische bedoelingen kan duurzaam beleggen interessant zijn. Het baseert zich op een lange termijn denken.
- Pioniers, vernieuwende projecten met maatschappelijke relevantie moeten wervingskracht duurzaam beleggen scherp profileren.
- Er zou een regelmatige evaluatie moeten zijn van de duurzaamheid van een bedrijf. De duurzaamheidswaarde van het bedrijf zou op een waardeschaal kunnen weergegeven worden.
- Er moet een verbreding van de markt komen. Door de juiste promotie kan er extra cliënteel worden aangetrokken.
- Als mensen bewuster zullen zijn en vragen naar duurzame beleggingen, dan zullen de banken reageren en het aanbod vergroten.
- Het geeft beleggen een positieve beeldvorming.
- Banken beschouwen duurzame beleggingen nog niet als volwaardige beleggingen. Dit kan veranderen door communicatie (parallel met het introduceren van veiligheid binnen bedrijven).
- Er kan tegen een mogelijke verzwakking van de duurzame beleggingen worden ingegaan door steeds scherpere keuzes te maken en door zo druk uit te oefenen op bedrijven om nog verder te gaan.
- Men moet geloven in de ethische inborst van de mens, zorgen voor voldoende aanbod en indien beide evenveel opbrengen, dan zal men altijd kiezen voor het meer duurzame.
- Vraag en aanbod moeten elkaar kunnen vinden.

Bedreigingen

- DB heeft een slechte naam. Er is een perceptieprobleem.
- De klassieke bankier voelt zich bedreigd door een alternatieve manier van financieren. Het komt bedreigend over voor gevestigde instanties.
- Iedereen gebruikt het begrip 'duurzaam' te pas en te onpas, ook niet duurzame bedrijven. Duurzaamheid dreigt een uitgehold containerbegrip te worden.
- Duurzame fondsbeheerders moeten de bedrijven van hun fondsen nauw opvolgen. Een rotte appel kan maken dat de gehele mand als rot wordt aanzien. Dit wordt nog erger indien er minder strenge criteria zullen worden toegepast.
- Het sociaal element is wel belangrijk, maar er moet een evenwicht zijn met het financieel rendement.
- Als er een stuk financieel rendement moet vallen, dan zal er meer geëist worden van de duurzaamheidsaspecten. Beleggers zullen zich vlug bedrogen voelen indien er dan iets schort met de sociale prestaties van het bedrijf.
- Sommige bedrijven hebben schrik van het succes van duurzaam beleggen.
- Een grote verspreiding van duurzame beleggingen is enkel positief indien de criteria niet verwateren.
- Aandeelhouders hebben het voor het zeggen en zij zien enkel maar de economische aspecten.

Bijkomende vragen

"Hoe ver reikt de kennis over het Ethibel-label?"

- Een deelnemer vermoedt dat het goed is. Er is een blind vertrouwen.
- De meeste deelnemers hebben er nooit van gehoord.
- Twee deelnemers weten via Netwerk Vlaanderen hoe het label in elkaar zit.
- Eén deelnemer heeft reeds in het Ethibel label geïnvesteerd, maar vond het niet echt ethisch.
- Het Ethibel label komt te weinig in de media, er is te weinig communicatie rond.
- Er is een parallel met het FSC label dat ook te weinig informatie verspreidt.

"Hoe kan Ethibel mogelijke investeerders bereiken?"

- Er zou in het infoboek van de banken over fondsen meer informatie moeten komen over Ethibel. Nu moet je er echt achter zoeken.
- Nergens vindt men in banken folders over Ethibel.
- Ethibel moet meer kabaal maken in de pers. De boodschap moet duidelijk overkomen.
- Vraag en aanbod vinden elkaar niet. Veel mensen willen iets doen maar weten niet wat. De info komt vooral bij mensen die reeds overtuigd zijn. Veel mensen die zoeken vinden de weg niet.
- Het product moet getoond worden aan zij die het verkopen. Het moet actief gepromoot worden.
- Banken bepalen hoe je investeert. Zij kiezen voor wat voor hen het meest opbrengt.
- Mogelijke investeerders moeten ook via andere kanalen dan de banken informatie verkrijgen over Ethibel.
- Misschien kan er een Ethibel-schaal komen. Ethibel kan een top 10 of top 100 van de bedrijven samenstellen.
- Netwerk Vlaanderen heeft wel een handleiding opgesteld voor duurzaam beleggen. Deze komt echter niet terecht waar het zou moeten. Misschien kunnen er meer campagnes komen van alternatieve organisaties?
- Waarom geen actief beleid naar non-profit-organisaties toe? Deze kunnen in Ethibel fondsen beleggen.
- Er kan een lessenspakket voor economische scholen over duurzaam investeren komen.

Participatie

Aan alle deelnemers werd de vraag gesteld in welke mate zij als consument betrokken willen worden bij de verschillende aspecten van ethisch beleggen?

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SCHAAL
	1			1		1	2	1		RESPONS

Dezelfde bijkomende vragen werden gesteld ter verduidelijking van het standpunt, als in de voorgaande focusgroepen.

Visies

- Het grootste probleem voor actieve participatie is de tijdsinvestering die dit vergt.
- Informatie kan verspreid worden via een e-newsletter.
- Niet iedereen heeft een computer thuis. De essentiële informatie kan verspreid worden via één A4, en dit 5 maal per jaar.
- Er moet meer transparantie komen. Hierbij kan er meer info over de tekortkomingen van bedrijven worden verspreid.
- Consumenten kunnen zelf wat onderzoek voor Ethibel uitvoeren door naar de algemene vergaderingen te gaan. Er kunnen misschien ook vrijwilligers Ethibel helpen door het opvolgen in de pers van bepaalde bedrijven.
- Er kan een werkgroep worden opgericht om mee te redeneren over strategiekeuzes.
- Er kan nagedacht worden over hoe de producten kunnen verkocht worden, en hoe de communicatie over de producten optimaal kan worden georganiseerd.

HOOFDSTUK 4

De resultaten: de expert-meeting

Hoe geef je mensen die op een of andere manier professioneel werken in de sector van het duurzaam beleggen het woord? Door ze op te nemen in focusgroepen? Geoordeeld werd dat dit het verloop van zo'n focusgroep in zekere mate kan verstoren. Niet gespecialiseerde deelnemers kunnen zich de mond gesnoerd voelen door zoveel expertise. Om deze reden werd een extra focusgroep voor enkele experts opgezet.

De meeting vond plaats op 24 November 2004.

Aanwezig

Netwerk Vlaanderen (Karl Maeckelbergh, Luc Weyn), OEVER (Greet Koeck), Triodos Bank (Nadia Wera), een waarnemers/verslaggever (Herwig Peeters).

SWOT over (de toekomst van) duurzaam beleggen

De deelnemers wensen een duidelijk onderscheid te maken tussen directe en indirecte duurzame investeringen. Ze menen dat een compartimentering van portefeuilles naar financiële, dan wel maatschappelijke meerwaarde mogelijk moet kunnen zijn.

Directe duurzame investeringen

Sterkte

- Ongetwijfeld het product zelf. De inhoud heeft een meerwaarde, die het beter aanvaardbaar en verkoopbaar maakt naar bepaalde groep van mensen. (Het gaat om investeringen in niet-beursgenoteerde bedrijfjes en projecten).
- De maatschappelijke meerwaarden zelf.
- Projectmatig investeren is belangrijk voor congregaties. Het staat als preferentie naast hun giftenwerking.
- Het inclusief karakter. Dergelijke investeringen komen op tegen uitsluiting.
- Er komt meer en nieuw kapitaal ter beschikking. Het is effectief nieuw en geen geld dat rondjes blijft draaien zoals op de beurs, waar beleggen niet noodzakelijk betekent dat er ook nieuwe activiteiten worden opgezet.
- Directe investeringen hebben een 'gezicht'. Je kan er mensen mee begeisteren.
- Je kan een inhoudelijk gesprek voeren met investeerders, over de betekenis van geld en winst. Er is debat, betrokkenheid. Er is opvolging mogelijk.

Zwakte

- Hoe groot is de groep liefhebbers, wetende dat het financieel argument niet sterk is?
- Directe beleggingsproducten hebben hun bestaan gerechtvaardigd en zijn het stadium van de geitenwollen sokken al lang voorbij. Ze vergen wel veel opvolging en zijn niet voor iedereen weggelegd.
- De toegankelijkheid.
- Er is soms een perceptie van groter risico. Het is soms duister, niet goed inzichtelijk.
- Voor bedrijven is het een zware procedure: bedrijf moet prospectus uitgeven.

Kansen

- Participatie is een sleutel tot succes. Alterfin bijvoorbeeld toonde dit aan. Alterfin heeft sterke band met aandeelhouders door communicatie en organisatie van inhoudelijke algemene vergaderingen.
- Het potentieel is veel groter, zowel qua vraag als qua aanbod. Er bestaat geen inventaris van sociale economie noden. Men kan geen beroep doen op het openbaar spaarwezen. Een vzw mag wel een obligatielening uitschrijven, maar dit is aan wettelijke en financiële beperkingen onderworpen. Ook het Kringloopfonds is geen volledig antwoord. Het is geen antwoord voor particulieren.
- Er zijn geen 'Groenfondsen' (Nederlandse benaming) in België. Zo'n vehikel is gewenst. Hoe kan je zonder bankstructuur geld lenen?

- Herbelegging van spaargeld zou een aantal nadelen oplossen. Maar ethische beleggers willen geen spaarproducten waarmee multinationale bedrijven worden gefinancierd.

Bedreigingen

- Het engagement van de belegger is mogelijk ook de zwakke schakel. Deze vorm van beleggen vergt meer opvolging. Na verloop van tijd wordt het telkens opnieuw stappen zetten vermoeiend, zeker voor oudere mensen. En als er geen fysieke verplaatsing mogelijk is dan lijdt de communicatie eronder.

Indirecte duurzame investeringen

Sterkte

- Beleggingsfondsen zijn relatief eenvoudige, gemakkelijke producten. Ze worden door nagenoeg alle banken aangeboden. Beleggen is op die wijze voor veel mensen bereikbaar.
- Er is een diversificatie van producten mogelijk, ook op ethisch/duurzaam vlak. Zo kunnen beleggers met verschillende interesses aangesproken worden.

Zwakte

- Duurzame fondsen worden niet aangeboden. Aan het loket wordt er niet over gesproken. Er bestaan wel lijsten, maar in de praktijk dringt het niet door. Het wordt niet als een 'top' financieel product gezien. Zelden staan er ethische producten in het rek.
- Diversiteit in ethische inhoud is OK. Maar zowat alles wordt ethisch genoemd. Dit is verwarrend en wekt geen vertrouwen. De klant moet voortdurend zoeken wat erachter zit.
- Wat als alles afhangt van klanten, die er spontaan moeten naar vragen?
- Distributie is werkelijk een probleem. Netwerk Vlaanderen testte dit ooit uit bij een aantal agentschappen (het ging toen enkel om spaarproducten). Enkel de toenmalige Bacob Bank had een succesrijke mix van incentives (voor de verkopers), diversiteit (productengamma) en inhoud en bouwde zo haar marktleiderschap op.

Kansen

- In eerste instantie is het een aanbodgedreven markt. De andere elementen zijn niet het probleem: rendement is er en de ethische dimensie ook.
- Banken zouden een volledig gamma traditionele producten met ethische meerwaarde moeten aanbieden. Het hele gamma.

Bedreigingen

- De discussie over rendement speelt de markt noch steeds parten. Voor sommigen speelt deze kwestie geen rol. Voor de meeste wel: ze willen niet veel afstaan qua rendement.
- De inhoud van 'ethische' speelt mee. Het verschil is soms niet tastbaar. Wapens, kinderarbeid, groene energie, daarin kunnen mensen positie innemen.
- Op het groot maatschappelijk terrein is het verschil ook niet zichtbaar. 'Duurzaam' heeft geen echte inhoud voor mensen. De morele meerwaarde is weggefallen in 'duurzaam'. 'Ethisch' klinkt uiteindelijk nog beter. De mensen moeten het gevoel krijgen dat ze een positieve keuze te maken. Het blijft een rationeel concept. Maar het moet ook emotioneel gemaakt worden in de privé-sfeer.

De functie van een label

Heeft een label communicatief en kwalitatief voordelen? Heeft dit de markt in het verleden vooruit geholpen en doet het dit nu nog? Wat is de toekomst van het Ethibel label?

Visies

- Het Ethibel-label is niet gekend. Ethibel moet vechten voor bekendheid. De problematiek is vergelijkbaar met die van het Max Havelaar-label.
- Het dilemma van een label is: hoe kan je kort en picturaal samenvatten dat het duurzaam product OK is, zonder de inhoud te kunnen detailleren?
- Een label en heel het systeem en de methodologie achter dat label uitleggen is niet eenvoudig. Dat is juist de reden van bestaan van een label. Het moet zorgen voor een perfecte betrouwbare uitstraling en de uitleg, de controle overlaten aan gespecialiseerde instanties.
- Een ander aandachtspunt is het absoluut karakter van het waardensysteem en de criteria achter het label (in het geval van een label voor duurzame financiële producten). Er zit geen diversificatiemogelijkheid in. Ofwel moeten er meerdere concurrentiele labels komen of wel één label met verschillende mogelijke inhoud.
- Wat heeft de consument aan een 'best-in-class' benadering? Hoe tastbaar is dit?
- Een label staat steeds onder druk om meer namen van aanvaardbare bedrijven op te leveren. Het label zit in een voortdurend dynamisch proces. En dat is soms moeilijk uit te leggen aan het publiek. Dat verstaat dat niet. Hoe kan je dit organiseren? Hoe kan je de grijze zone uitleggen? Wat is het onderscheid tussen de grijswaarden?
- Een label blijft erg noodzakelijk om kwaliteitsbewaking te tonen. Als je ziet dat de inhoud van ethische en traditionele fondsen identiek is, wat dan? In de praktijk, in de realiteit is er geen verschil!

Communicatie en participatie

Hoe zien experts de kwestie van de behoefte aan professionele kennis versus de vraag naar begrijpelijke consumenteninformatie? Hoe zouden zij de dialoog met en de participatie van beleggers organiseren?

Visies

- Het is een aanbodgedreven markt, maar de consument ziet door het bos de bomen niet. Voor consumenten is ondersteuning nodig. Men dient er voor te zorgen dat consumenten die keuze kunnen maken.
- Hoe doe je dat het best? Met een label of door opvolging door consumentenorganisaties? Netwerk Vlaanderen heeft een zekere ambitie om hier op te treden.
- Maar ook leveranciers van duurzaamheidsinformatie moeten transparantie bieden, al is het alleen maar door de consumentenorganisaties te informeren.
- Het moet mogelijk zijn de basis waarop een product gestoeld is objectief te vergelijken met andere. De onlangs (November 2004) uitgebrachte "Transparency Guidelines for Retail Social and Responsible (SRI) Investment Funds" is daartoe een goede stap. Maar de controle op de toepassing moet degelijk georganiseerd worden en de diepgang dient mettertijd ook verbeterd te worden. Nu zou deze gedragscode nog moeten ingang vinden bij de Belgische fondsbeheerders. (Ethibel was actief betrokken bij de eindredactie van deze Richtlijnen).
- Het is alleszins niet gezond dat de materie alleen door direct betrokkenen begrepen wordt.
- De focus van die consumentenorganisatie zou alleszins op transparantie moeten liggen.
- Wie is consument in deze materie? In dit verband is dat zowel de overheid, als institutionelen, als particulieren.
- Ook de overheid zou verder moeten gaan en een minimale regelgeving opleggen.
- Het is wenselijk dat er een soort ethische consumentenorganisatie zou bestaan (vergelijkbaar met The Ethical Consumer in Groot-Brittannië).
- Hoe krijg je de consument zo ver zelf over de brug te komen? Want het staat buiten kijf dat de vraag van consumenten uiteindelijk ook het aanbod kan aansturen. Hoe krijg je het verhaal bij de mensen?
- Moet het dan via actiegroepen gaan? Door schandalen te veroorzaken? Hoe breng je het thema bij de mensen?

- Het heeft geen zin dit alleen binnenskamers bij de mensen brengen. Er moet klare, duidelijke taal gesproken worden. Ook informatie op de website is niet genoeg meer. Er moet duidelijk gemaakt worden wat het effect is van je beleggingen. Dat verhaal moet zonder poespas gebracht worden. Mensen dienen echt mede-eigenaar te worden en hoeven daarom geen militant te zijn.
- Het basisverhaal moet eenvoudig zijn: je kan in het gamma van ondernemingen waarin je belegt al kiezen voor een andere vorm van samenleven.

Instrumenten voor participatie

Welke instrumenten zien de experts om aan de informatie- en participatiebehoefte tegemoet te komen?

Visies

- Er zou een onafhankelijk informatie- en meldpunt kunnen opgericht worden voor wie meer informatie wilt. Dit zou dan objectief kunnen doorverwijzen en een soort ombudsfunctie vervullen. Wellicht moet de sector dit zelf organiseren. Een akkoord met de financiële sector hieromtrent lijkt niet mogelijk.
- BELSIF, het Belgische Forum voor Duurzaam en Maatschappelijk Verantwoord Beleggen zou hierin een rol kunnen spelen. Ze kunnen de actoren (m.i.v. de consumentenbeweging) samenbrengen.
- De beleggingsfondsen zouden zelf meer informatie kunnen geven, b.v. via begrijpelijke productfiches, via een nieuwsbrief. Ook een 'ethische prospectus' lijkt een minimum. Als belegger informatie vragen aan de fondsbeheerder is praktisch onmogelijk. Een lijst vragen van de titels waarin het fonds belegt is al moeilijk. Zelfs het jaarverslag vragen is al moeilijk en daaraan kan je bovendien geen vragen stellen. Zowel jaarverslag als prospectus zouden kwalitatief moeten gecertificeerd worden.
- De algemene vergadering van de BEVEK op een creatieve wijze openstellen is een andere mogelijkheid. Dat gebeurt op beperkte schaal al in Nederland bijvoorbeeld. Nu is het in de praktijk al bijna onmogelijk om de datum en plaats van de A.V. te weten te komen.
- De oprichting van een 'Vakbond van de Duurzame Belegger'. Een soort Déminor van de duurzame beleggers. Of een soort VBDO, de (Nederlandse) Vereniging voor Beleggers in Duurzame Ontwikkeling, die stemrechten verzamelt en vertegenwoordigt.
- De wetgever heeft ook een belangrijke verantwoordelijkheid. Er kan gewerkt worden aan informatieverplichtingen. Denk aan de Wet Vandenbroucke en meer. Er zouden minimumnormen kunnen uitgevaardigd worden. Het verkeerd woordgebruik zou moeten uitgebannen worden. Er kan een kwaliteitsdifferentiatie ontwikkeld worden.
- Wat blijft ervoor voor labels? Een label mag geen gevangenis zijn voor productontwikkelaars. Er moet een differentiering (een sterrensysteem) mogelijk zijn. En dat dient duidelijk gecommuniceerd te worden naar de consumenten en ook visueel herkenbaar gemaakt te worden. Eén label is te weinig voor een overheidslabel. Eén norm voor gans de sector is niet realiseerbaar.

HOOFDSTUK 5

SAMENVATTING EN CONCLUSIES

Het opzet

De meerwaarde van dit project ligt in de dialogische bevraging in de diepte van een beperkte groep van mensen, die spontaan ingingen op een publieke oproep om hun mening te kennen te geven over (de toekomst) van het ethisch en duurzaam beleggen in België.

De eerste bedoeling van het project was - eerder steekproefsgewijs - de bekendheid en affiniteit van consumenten met duurzame investeringen te bevragen, eerder dan een wetenschappelijke studie of een marktonderzoek uit te voeren.

De vragenlijsten en discussierondes groeven eveneens naar de diepere motivaties, de waardepatronen en de tevredenheid bij overtuigde duurzame beleggers en naar de drempels en de eventuele afwijzingsattitudes bij traditionele beleggers (in zoverre zij deze beleggingsstijl menen te kennen en te kunnen beoordelen).

Doelgroep en respondenten

Zowel de oproep voor een 'éénrichtingsbevraging' onder de vorm van een uitgebreide webenquête, als die voor een dialogische peiling binnen focusgroepen leverde een groep respondenten op uit alle Belgische provincies, met een relatief grotere vertegenwoordiging van het Brussels Gewest, Oost-Vlaanderen, Antwerpen en Oost-Babant.

Er was ook een mooie spreiding over de verschillende leeftijdscategorieën, met – niet onverwacht - een zeker overwicht voor de hoger opgeleide, actieve middenleeftijd.

Slechts een derde van de respondenten was vrouwelijk, maar hieruit valt niets af te leiden over eventuele 'gendereffecten' binnen het fenomeen van het duurzaam beleggen.

Het invullen van de vragenlijst bleek overigens een hele klus en schrikte veel bezoekers af. Nog geen 20% van de bezoekers slaagden erin of verkozen om de vragenlijst tot op het einde te doorlopen.

Opvallend is dat de antwoorders zich verdiepten in de vragenlijst, zelfs diegenen die (nog) niet rechtstreeks betrokken zijn bij het fenomeen. Niet iedereen spaart of belegt met andere woorden. 92% van de groep spaart; 52% belegt in beleggingsfondsen; 40% doet aan pensioensparen; 38% belegt in beursgenoteerde aandelen en liefst 35% investeert direct in coöperatieve aandelen. Alleen al dit laatste toont aan dat de groep respondenten voor een belangrijk deel bestaat uit gemotiveerde en geëngageerde investeerders.

Het belang van ethiek bij beleggingen

Ethische kwesties wegen zwaar door voor deze groep respondenten bij het selecteren van beleggingsvoorstellen. Niet alleen scoort de keuzemogelijkheid 'ethische en duurzame criteria' als éérste prioriteit het hoogst, voor het geheel van de vier prioriteiten die mochten aangeduid worden, telt deze factor voor 80% van de antwoorden. Ruim 40% wenst bovendien 'geen maatschappelijk schadelijke activiteiten te ondersteunen' en een zelfde aantal wenst 'transparante informatie'. Ruim 35% zoekt een 'goede maatschappelijke bestemming voor hun geld'.

De enige niet-ethische factor van formaat die hun keuze beïnvloedt is 'financiële veiligheid' (laag risico; het ingezette kapitaal niet verliezen). Voor traditionele beleggers is die bescherming en een redelijke aangroei van kapitaal overigens de eerste ethische plicht van wie geld beheert. Voor de meerderheid van de respondenten scoren de 'zekerheid van de opbrengst', 'een maximale opbrengst' en 'een fiscale beloning' met respectievelijk 17%, 25% en 23% een stuk lager.

De 'reputatie' van en de 'goede dienstverlening' door de financiële instellingen zijn relatief gezien de kleinste zorgpunten voor dit publiek.

Aanbod van duurzame financiële producten

Met voorsprong wordt het gebrekkig aanbod aan ethisch-financiële producten aangeklaagd. Een duidelijker en volgehouden aanbod van duurzame financiële producten is wat de meerderheid vraagt. Het gaat in eerste instantie om een aanbodgedreven markt. De andere elementen zijn niet het probleem: rendement is er en de ethische dimensie ook. Het aanbod is het essentiële knelpunt.

54% van de ondervraagden beweert nooit een voorstel in verband met duurzaam beleggen ontvangen te hebben. 51% werd nooit uitgenodigd om duurzaam te sparen. Toch niet vanuit hun financiële instelling. Het feit dat ruim 2/3 van de ondervraagden toch duurzaam of solidair investeren betekent dat de sensibilisering zeker niet enkel uitgaat vanuit de banken.

Overheersende waarden

De Belgische duurzame belegger wordt gedreven door waarden die verband houden met sociale rechtvaardigheid.

'Wapenhandel of -productie' is een zeer grote bezorgdheid, onmiddellijk gevolgd door thema's als 'kinderarbeid', 'uitbuiting werknemers', 'schending van mensenrechten', 'samenwerking met corrupte regimes', 'fiscale of beursfraude', de 'toepassing van IAO-conventies', gevolgd door slechte scores op milieuvlak. Al deze thema's scoren tussen de 83% en 92%.

Bezorgdheden in verband met de inzet van bepaalde technologieën scoren wat lager ('genetische manipulatie', 'kernenergie' en 'dierproeven' worden door 60% van de respondenten vermeld).

Het aanbod of de productie van bepaalde goederen beroert de belegger aanzienlijk minder: 'tabak' is nog goed voor 48%, maar 'vlees' en 'alcohol' vormen slechts een probleem voor 17% en 14%.

Aspiraties en onderscheidend principe bij duurzaam beleggen

Het is de overtuiging van de ondervraagden dat DB een goede manier is om bedrijven aan te zetten tot verantwoordelijk gedrag. Maar net iets belangrijker nog is dat DB zich duidelijk en consequent afzet tegen onoorbare en onverantwoordelijke praktijken. Toch verliest DB aan aantrekkingskracht moest het geen veranderingspotentieel hebben.

De ondervraagden hechten groot belang aan het feit dat bedrijven structureel maatschappelijk dialogeren, dat ze deugdelijk bestuurd worden en dat ze het als hun missie zien duurzaamheid na te streven in al hun activiteiten en dat ook gaandeweg realiseren en aantonen.

Het is wenselijk, volgens de ondervraagden, dat DB bedrijven zoekt die meer dan gemiddeld presteren op het vlak van meerwaarden voormens, milieu en maatschappij. Dit onderscheidend principe heeft een duidelijke voorkeur en wordt in de praktijk meestal gerealiseerd volgens een beste-van-de-sector-benadering.

Uit de focusgroepen blijkt dat de kans die aan beleggers geboden wordt om via DB verantwoordelijkheid te nemen, solidariteit te betuigen en over extra informatie te beschikken zeer hoog wordt gewaardeerd, ook al is het effectief participeren aan beslissingen niet evident.

Uit vragenlijst en focusgroepen blijkt ook dat de rol en de verantwoordelijkheid van de overheid door de ondervraagden weliswaar niet bepalend wordt genoemd, maar anderzijds

schat men in dat de overheid geen afzijdige of neutrale positie mag innemen, vooral op het vlak van bescherming van terminologieën en bij misbruiken.

Binnen de focusgroepen werd uitdrukking gegeven aan hooggespannen verwachtingen in verband met DB, op het vlak van duurzame economie, eerlijke handelsverhoudingen, inperken van speculatieve effecten, mentaliteitsveranderingen binnen het kapitalistisch denken, enz.

Niet-ethische bekommernissen

Naast ethiek en duurzaamheidsprincipes spelen nog andere factoren mee in de keuze voor duurzaam beleggen.

Er is echter aanzienlijk minder consensus over de meer financiële aansturingsfactoren. Hoe gespecialiseerder de vragen in verband met risico's, rendementsvoordelen, daadwerkelijke opbrengsten, vertrouwen in de aandelenmarkt hoe verdeelder de meningen. Het percentage respondenten dat zich geen raad weet met dergelijke vragen loopt soms op tot bijna 20%. Over het algemeen is er een kleine meerderheid dat mechanismen en zekerheden ziet die het duurzaam beleggen interessanter maakt dan traditionele.

Slechts over één zaak zijn de respondenten het eens: rendement is niet de zaligmakende factor. Met de meer directe stelling *"Zelfs als ik weet dat duurzaam beleggen wat minder opbrengt dan gemiddeld, zou ik ervoor opteren"* is 39% het volledig eens en 40% gaat gedeeltelijk akkoord.

Informatie en communicatie

Zo veel mogelijk transparantie lijkt wel de wens van deze groep respondenten te zijn. Toch wordt wel degelijk onderscheid gemaakt tussen soorten informatie.

Dat fondsbeheerders een flinke rol te spelen hebben is duidelijk. De inhoud van een portefeuille kennen (namen en bedragen), dat is een vertrekpunt (92%). Meer nog, een zelfde aantal wenst jaarlijks een kort duurzaamheidsverslag vanwege de ICB.

Nagenoeg 2/3 van de respondenten wil bovendien van gedachte kunnen wisselen met de fondsontwerpers. Wat het inhoudelijk beheer betreft geeft een meerderheid toe dat er zeker gespecialiseerde kennis vereist is en gespecialiseerde beheerders, maar 1/4 van de respondenten schijnt te vinden dat dit niet uitsluit dat consumenten kunnen blijven meepraten.

Het is iets moeilijker om te weten wat de respondenten precies verwachte van de duurzaamheidsanalisten. De meest mensen willen duurzaamheidsinformatie, maar de meningen zijn verdeeld over hoe ver dit moet gaan. Informatie over de reden van opname of uitsluiting van een titel in de portefeuille lijkt de grootste behoefte. Details over de selectiecriteria, de onderzoeksmethodologie en de selectieprocedures, lijkt niet voor iedereen tot zich te willen nemen. Enkel de beschikbaarheid (raadpleegbaarheid) van die informatie lijkt belangrijk.

Bekendheid met de Belgische markt van duurzaam beleggen

Uit een lijst van 44 actoren en namen die via de vragenlijst aangeboden werden blijkt dat dito activiteiten van veel spelers onbekend en onbemind zijn.

In volgorde van bekendheid worden volgende organisaties het meest vernoemd: Triodos Bank (83%), Oxfam-Fairtrade (61%), Ethibel (59%), Vredeseilanden (45%), Alterfin (44%), Netwerk Vlaanderen (43%), Dexia Bank (41%), KBC Bank (32%), Réseau Financement Alternatif (30%), Ethibel Sustainability Index (29%), Wereldsolidariteit (28%) en Crédal (23%).

Meer gedetailleerde vragen over de criteria, methodologieën en waardering (streng, selectief, moralistisch, geloofwaardig, beperkend) van het keurmerk ETHIBEL en het merk

TRIODOS leveren goede punten voor beide op, met een licht voordeel voor TRIODOS' naam bekendheid.

Participatie

Participatie werd meermaals de sleutel tot succes van DB genoemd.

De meeste deelnemers verwelkomen een meer actieve vorm van duurzaam beleggen. 2/3 van de ondervraagden vindt het een goed idee dat aandeelhouders of fondsbeheerders hun stemrecht sturend aanwenden om duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid te stimuleren. Maar dit is natuurlijk nog geen directe participatie.

Participatie begint volgens de deelnemers bij kwalitatieve informatie. Volgens hen moet er op verschillende niveaus informatie verschaft worden over criteria, methodieken en procedures. Deze informatie moet 'ter beschikking liggen', ook al twijfelen veel ondervraagden dat ze die info in detail zullen bestuderen. Belangrijker is dat er zowel in verkorte en eenvoudige versies als in meer diepgravende vormen informatie wordt geven over beslissingen omtrent opname of uitstoot van aandelen/obligaties in een portefeuille.

Hoe kunnen beleggers zich laten vertegenwoordigen of hoe kunnen ze rechtstreeks adviezen uitbrengen of zelfs mede beslissen? Over deze vraag is er geen eensluidend advies. Het blijft zelfs twijfelachtig of een meerderheid van de respondenten actief wil participeren. Men hoeft niet zelf specialist te worden om feedback te geven. Of zoals een deelnemer het uitdrukt: ik wil wel mijn mening geven over de kwaliteit van de champagne, maar daarvoor hoef ik nog niet de productiewijze (mee) te bepalen.

Labels

Van een label wordt geloofwaardigheid en diepgang verwacht en het ETHIBEL label wordt op dat vlak gewaardeerd. Een label wordt onomwonden als onontbeerlijk bestempeld en maakt duurzaam beleggen voor de consument veel eenvoudiger. Maar het mag een label dan ook niet aan uitstraling mankeren. Het moet erkend en herkend worden en een goede naam bekendheid hebben. Veel waarnemers signaleren dat volgens hen het ETHIBEL label nog niet voldoende gekend en 'mainstream' is.

Een label mag zich niet verschuilen achter procedures en goed ontwikkelde methodieken, maar dient op permanente basis haar beslissingen te motiveren op een manier die voor alle beleggers begrijpelijk is. Een label moet aanspreekbaar zijn (desnoods telefoon of mailadres vermelden).

Sommige deelnemers suggereren dat een label wettelijk zou moeten erkend of geregeld worden. Een belangrijke nevenvoorwaarde is echter dat het label dan voldoende diversificatie toelaat of dat er meerdere labels naast mekaar bestaan.

Hoe dan ook dient een label te staan voor een ernstige en permanente kwaliteitsbewaking.

Aanbevelingen

Aanbevelingen dienen in dit verband gericht te worden aan alle actoren op de markt van het duurzaam investeren.

Een eerste advies kan zijn de toekomst van het duurzaam beleggen niet enkel te bekijken vanuit het standpunt van de individuele belegger. In deze markt zijn evengoed de overheid, institutionelen, werknemers en pensioenfondsen, NGO's en andere ... consumenten.

Bankiers, designers en beheerders van fondsen en al wie de openbare of privé-kapitaalmarkt bespeelt kan ingaan op de oproep om een vollediger gamma traditionele financiële producten met ethische meerwaarde te ontwerpen. En die ook consequent en permanent aan te bieden aan alle klanten aan de loketten.

Het bieden van de nodige en voldoende duurzame beleggingsinformatie blijft een delicate evenwichtsoefening. Hoe dan ook moet er nagedacht worden over de wijze waarop meer structureel informatie kan geboden worden aan bestaande en toekomstige ethische beleggers. Dat soort informatie en sensibilisatie dat knelpunten aanpakt en het duurzaam beleggen op grotere schaal uitbouwt. Dat een kwantsprong veroorzaakt van 1,5% marktaandeel naar 15%. Ongetwijfeld is hier een rol weggelegd voor het pas opgerichte Belsif (het Belgisch Forum voor Duurzaam en Maatschappelijk Verantwoord Beleggen).

De emo-factor dient volgens consumenten en experts consequent en eerlijk aan bod te komen. Duurzaam beleggen is een rationeel concept geworden. 'Ethisch' taal spreekt uiteindelijk de mensen meer aan. Het moet duidelijk zijn wat het effect is van een beleggingskeuze. Op die manier wordt de consument automatisch mede-eigenaar en betrokkene, zonder de barricade op te moeten.

Misschien is meer onderzoek nodig, maar ongetwijfeld is er meer overleg nodig om de participatie van beleggers te verhogen ('de sleutel tot succes') en daartoe organen of instrumenten te ontwikkelen. Het ontbreekt dit rapport niet aan suggesties.

Vergt participatie meer openheid van fondsbeheerders? Is transparante rapportering – ook over duurzaamheidsaspecten – een eerste stap? En moet dit veralgemeend worden? Moet er een informatieverplichting komen?

Is het een goed idee de algemene vergadering van BEVEK's open te stellen voor beleggers of kunnen meetings belegd worden waar beleggers in discussie kunnen gaan met fondsbeheerders en duurzaamheidsanalisten? Kunnen 'ethische beleggingsclubs' mogelijkwijze optreden als knooppunt van informatie?

Zou het verstandig zijn dat fondsbeheerders beleggers consulteren? Is de idee werkbaar dat beleggers een stem uitbrengen via internet, zoals een deelnemer suggereert?

Of dienen consumentenorganisaties als gangmaker en waakhond te fungeren? Is er een 'vakbond van duurzame beleggers' nodig of volstaat en onafhankelijk informatie- en meldpunt? Moeten consumenten vertegenwoordigd zijn in de adviesraden van ethische beleggingsfondsen?

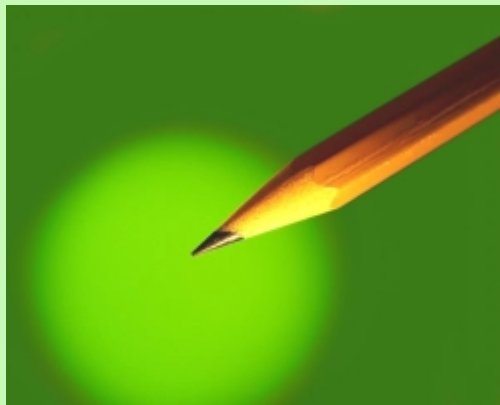
En wordt dit alles aan de markt overgelaten of dient de overheid minimale spelregels te bepalen?

Het verdient ongetwijfeld aanbeveling om deze wegen verder te exploreren in een breder overleg met de Belgische actoren op de markt van het duurzaam beleggen.

De vragenlijst van het opinie-onderzoek

Consumentenonderzoek rond duurzaam beleggen in België

Ethibel v.z.w. organiseert,
met de financiële steun van de Koning Boudewijnstichting,
een opinieonderzoek over duurzaam beleggen in België.
België is koploper in Europa indien je het aantal duurzame
beleggingsfondsen vergelijkt met het aantal traditionele fondsen.
De interesse mag dan wel stijgen, met een marktaandeel van 1,5%
blijft duurzame beleggen een relatief klein publiek aanspreken.



Het project
"Consumenten aan het woord.
Dialog met consumenten over ethisch en duurzaam beleggen"
wil meer inzicht verwerven in uw drijfveren en wensen als belegger.
De vragenlijst is relatief kort en de meeste vragen
kunnen beantwoord worden met vinkjes.
De enquête blijft volledig anoniem.
Wij danken u alvast voor uw medewerking!

NAAR DE

Consumentenonderzoek rond duurzaam beleggen in België

Opmerking: in wat volgt wordt de term 'duurzaam beleggen' gebruikt als verzamelnaam voor investeringen die sociale, ethische, duurzame of milieucriteria aanwenden bij het selectieproces.

Deel 1

Deze vragenlijst gaat over sparen en beleggen.

Hebt u zelf geld geïnvesteerd in een of meer van volgende financiële producten?

ja nee

- spaarrekening of spaarboekje
- pensioensparen
- pensioenverzekering
- beursgenoteerde aandelen
- coöperatieve aandelen
- obligaties
- beleggingsfondsen
- financiële producten met kapitaalgarantie

Stel dat u een som geld wil/kan opzij zetten voor minstens 5 jaar of meer, wat zijn voor u de belangrijkste factoren die uw keuze voor een financieel product bepalen?

(antwoorden in volgorde van belang: 1/2/3/4 met 1 = belangrijkste)

- laag risico, zekerheid dat ik het kapitaal niet verlies
- maximale opbrengst
- ethische of duurzame beleggingscriteria
- laag kostenpercentage
- gegarandeerde opbrengst
- goede reputatie van de financiële instelling
- fiscaal voordeel
- gemakkelijke toegang, goede dienstverlening
- zekerheid dat geen maatschappelijk schadelijke activiteiten worden gefinancierd
- goede maatschappelijke bestemming voor mijn geld (b.v. financiering basisinitiatieven)
- transparante beleggingsinformatie

VOLGENDE PAGINA

Deel 2

Beleggen

Hebt u ooit gehoord over 'duurzaam' beleggen?

ja nee

Met 'duurzaam' investeren wordt een beleggingsstijl bedoeld, die rekening houdt met ethische criteria. Zo kan er niét belegd worden in bedrijven die ongewenste of onverantwoordelijke praktijken toepassen. Het kan ook dat juist wèl in bedrijven wordt belegd die sterk scoren op sociaal, ecologisch of ethisch vlak.

Als u nadenkt over deze omschrijving, hoe aantrekkelijk lijkt zo'n stijl van 'verantwoordelijk beleggen'?

zeer aantrekkelijk aantrekkelijk minder aantrekkelijk niet aantrekkelijk weet niet

Hebben uw financiële instelling(en) of andere partijen u ooit een 'duurzaam' beleggingsfonds aangeboden?

ja nee

Hebt u daadwerkelijk geld belegd in 'duurzame' beleggingsfondsen of aandelen of obligaties?

ja nee

Sparen

Bij 'duurzaam' of 'solidair' sparen wordt spaargeld door de bank enkel aangewend om kredieten te verstrekken aan mens- en milieuvriendelijke sectoren en activiteiten (culturele of welzijnsorganisaties en duurzame KMO's).

Als u nadenkt over deze omschrijving, hoe aantrekkelijk lijkt zo'n stijl van 'verantwoordelijk sparen'?

zeer aantrekkelijk aantrekkelijk minder aantrekkelijk niet aantrekkelijk weet niet

Hebben uw financiële instelling(en) of andere partijen u ooit een duurzame of solidaire spaarformule aangeboden?

ja nee

Hebt u daadwerkelijk geld belegd op een duurzame of solidaire spaarrekening?

ja nee

VOLGENDE PAGINA

Deel 3

Wanneer u zou overwegen te investeren (of wanneer u dit reeds doet) in aandelen van bedrijven, rechtstreeks op de beurs of via beleggingsfondsen, welk soort bedrijven tracht u dan te vermijden?

zeer belangrijk eerder belangrijk eerder onbelangrijk niet belangrijk weet niet

- bedrijven die betrokken zijn bij wapenhandel of -productie
- bedrijven die dierenproeven uitvoeren
- bedrijven die samenwerken met corrupte regimes
- bedrijven die samenwerken met regimes die de mensenrechten schenden
- bedrijven die zich bedienen van kinderarbeid of die hun werknemers uitbuiten
- bedrijven die slecht scoren op milieuvlak
- bedrijven die behoren tot de kernenergiesector
- bedrijven die samenwerken met regimes die weinig of niet aan milieubescherming doen
- bedrijven die actief zijn in de sector van de genetische manipulatie
- bedrijven die betrokken zijn bij de productie van alcohol
- bedrijven die de basisconventies van de Internationale Arbeidsorganisatie niet toepassen
- bedrijven die betrokken zijn bij de productie van tabak
- bedrijven die streven naar winstmaximalisatie
- bedrijven die betrokken zijn bij de productie van vlees
- bedrijven die niet rapporteren over hun maatschappelijke impact
- bedrijven die betrokken zijn fiscale of beursfraude
- bedrijven die elders producten aanbieden die in België verboden zijn omwille van hun schadelijkheid voor milieu of volksgezondheid

Andere belangrijke ethische thematieken die dienen in overweging genomen te worden om:

In welke mate staat u achter volgende stellingen?

volledig akkoord eerder akkoord eerder niet akkoord niet akkoord weet niet

- ik denk dat duurzaam beleggen een goede manier is om bedrijven aan te zetten tot verantwoordelijk gedrag
- ik denk niet dat duurzaam beleggen veel kan veranderen aan het gedrag van bedrijven
- ik denk dat het de taak van de overheid en niet van beleggers is om te beslissen wat bedrijven moeten en mogen doen
- voor mij is het onbelangrijk of duurzaam beleggen onmiddellijk effect heeft op bedrijven of niet, zolang ik maar weet dat mijn geld ethisch gezien een goede bestemming heeft
- ik verkies een vorm van duurzaam beleggen die zich duidelijk en consequent afzet van onoorbare en onverantwoordelijke praktijken
- ik meen dat duurzaam beleggen enkel zin heeft als aandeelhouders of fondsbeheerders hun stemrecht aanwenden om bedrijven te sturen richting duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid

In hoeverre sluiten onderstaande omschrijvingen aan bij uw duurzame beleggingsvoorkeur?

zeer belangrijk eerder belangrijk eerder onbelangrijk niet belangrijk weet niet

Ik verkies:

- een vorm van duurzaam beleggen die bedrijven zoekt die meer dan gemiddeld presteren op het vlak van 'meerwaarden voor mens, milieu en maatschappij'
- (beleggingen in) bedrijven die een structurele dialoog aangaan met alle belanghebbenden
- bedrijven die deugdelijk bestuurd worden en transparant zijn voor de buitenwereld

- bedrijven die het als hun missie zien duurzaamheid na te streven in al hun activiteiten en dat ook gaandeweg realiseren en aantonen
- hoofdzakelijk bedrijven die scheppers van tewerkstelling zijn
- bedrijven die moeilijk toegang hebben tot klassieke financieringen (kapitaalmarkt)
- bedrijven die weliswaar rendabel zijn, maar arbeid en milieu laten voorgaan op winst
- KMO's boven multinationale ondernemingen
- bedrijven in specifiek duurzame sectoren (b.v. openbaar vervoer, hernieuwbare energie, bio-landbouw, ..), ongeacht hun beleid op het vlak van mens, milieu en samenleving
- bedrijven die goed scoren op het vlak van mens, milieu en samenleving, ongeacht de sector waarin ze actief zijn
- dit alles over te laten aan de beheerders van duurzame beleggingsfondsen

VOLGENDE PAGINA

Deel 4

In hoeverre onderschrijft u de volgende stellingen?

volledig akkoord eerder akkoord eerder niet akkoord niet akkoord weet niet

- ik zou enkel duurzaam beleggen als het me minstens evenveel opbrengt als traditionele beleggingsvormen
- ik denk dat duurzaam beleggen een minder risicovolle manier van beleggen is
- ik meen dat maatschappelijk verantwoordelijke bedrijven – zeker op de middellange termijn – minder beladen zijn met risico's, wat het financieel rendement wel positief moet beïnvloeden
- ik denk dat duurzaam beleggen meer kosten meebrengt
- ik zou duurzaam beleggen, zelfs als ik weet dat het wat minder dan gemiddeld opbrengt
- ik heb geen vertrouwen (meer) in de aandelenmarkt
- ik vertrouw op de bevindingen, dat duurzame beleggingen minstens evenveel opbrengen als traditionele beleggingen
- ik denk dat er onvoldoende duurzame aandelen bestaan om een gunstige portefeuillespreiding te bekomen
- ik zie geen enkel mechanisme dat duurzame aandelen zou bevoordelen qua rendement dan traditionele aandelen
- ik zou verkiezen dat een deel van de opbrengsten gaat naar NGO's – VZW's met een grote maatschappelijke meerwaarde

VOLGENDE PAGINA

Deel 5

Welke van de volgende stellingen onderschrijft u?

volledig akkoord eerder akkoord eerder niet akkoord niet akkoord weet niet

- ik wens de namen en bedragen te kennen van de aandelen en obligaties waarin mijn beleggingsfonds investeert
- ik ben best tevreden met de informatie waarover ik beschik m.b.t. mijn beleggingsfondsen
- duurzame beleggingsfondsen verschaffen onvoldoende informatie over hun bevindingen en over welke bedrijven goedgekeurd of afgekeurd werden
- duurzame beleggingsfondsen verschaffen voldoende informatie over onderzoeksmethoden en beslissingsprocedures
- ik wens een korte omschrijving van de reden waarom een aandeel of obligatie geselecteerd werd in een duurzaam beleggingsfonds
- ik meen dat ontwerpers van duurzame beleggingsfondsen meer moeten praten met beleggers om hun drijfveren te kennen
- ik meen dat 'duurzaamheid' en 'maatschappelijke' thema's gespecialiseerde kennis en ondersteuning vergen; doorsnee beleggers hebben er geen kaas van gegeten
- ik vind dat fondsbeheerders jaarlijks niet enkel een financieel, maar ook een kort duurzaamheidsverslag dienen op te leveren over het voorbije jaar
- ik vind dat aan de loketten expliciet aan alle beleggers de keuzemogelijkheid moet geboden worden tussen duurzame en traditionele varianten.

Ik ben geen duurzaam belegger omdat:

volledig akkoord eerder akkoord eerder niet akkoord niet akkoord weet niet

- ik niet geloof dat dit wezenlijke veranderingen teweegbrengt voor milieu en maatschappij
- ik niet weet waar dergelijke fondsen worden aangeboden
- ik niets afweet van duurzaam beleggen
- dergelijke fondsen niet geloofwaardig zijn
- ik duurzaam beleggen meer iets voor idealisten vind
- het moeilijk is goede informatie te krijgen over die aspecten van bedrijven
- het een te groot risico inhoudt
- het mogelijk een te laag rendement heeft

VOLGENDE PAGINA

Deel 6

In hoeverre onderschrijft u de volgende stellingen?

volledig akkoord eerder akkoord eerder niet akkoord niet akkoord weet niet

- de geloofwaardigheid van duurzaam beleggen staat of valt met de kwaliteit van de financiële beheerders
- de geloofwaardigheid van duurzaam beleggen staat of valt met de kwaliteit van de duurzaamheidsanalyses en de ethische doorlichting van bedrijven
- een scheiding tussen financieel beheer en ethisch selectie is noodzakelijk

Wat volgt is een lijst van spelers op de Belgische markt van duurzaam beleggen.

Van welke actoren kent u de activiteiten op het vlak van duurzaam sparen of beleggen?

Kan u voor deze actoren ook aanduiden hoe groot uw waardering is voor hun activiteiten/producten op het vlak van duurzaam sparen of beleggen?

grote waardering eerder waardering weinig waardering geen waardering weet niet

ABN-Amro
Alterfin
Axa Bank
Bank Corluy
Aviva Fund
Bank Delen
Bank Nagelmackers
Belsif
Bonnewijn, Renwart, Van Goethem & Co
Crédal
Delta Lloyd Life/Ohra
Dexia Bank
Deutsche Bank
Dow Jones Sustainability Group Index
Dutch Sustainability Research
Eiris
Ethibel
Ethibel Sustainability Index (ESI)
Eurosif
Fortis Bank
FTSE4Good
Hefboom
Incofin
ING
JP Morgan Chase & Co/Citibank
KBC Bank
Kringloopfonds
Mercator Bank & Verzekeringen
Netwerk Vlaanderen
Oever
Oikocredit
Oxfam-Fairtrade
Petercam
Réseau Financement Alternatif
SiRi Co
Stock at Stake
Trias
Triodos Bank
Trividend
Van Moer Santerre & Cie
VDK-Spaarbank
VOOC-SCOD
Vredeseilanden
Wereldsolidariteit

Specifiek in verband met het Ethibel-keurmerk en de methodologie van Ethibel vragen wij u in de mate van het mogelijke volgende stellingen te waarderen.

volledig akkoord eerder akkoord eerder niet akkoord niet akkoord weet niet

- de criteria van Ethibel zijn mij bekend
- de onderzoeks- en selectiemethoden zijn mij bekend
- de Ethibel-methodiek is streng
- de Ethibel-methodiek is te selectief
- de Ethibel-methodiek is moralistisch
- de Ethibel-methodiek is geloofwaardig
- de Ethibel-methodiek maakt waar wat ze belooft
- de Ethibel-methodiek levert een te beperkt beleggingsuniversum

Specifiek in verband met de Triodos research-methodologie vragen wij u in de mate van het mogelijke volgende stellingen te waarderen.

volledig akkoord eerder akkoord eerder niet akkoord niet akkoord weet niet

- de criteria van Triodos research zijn mij bekend
- de onderzoeks- en selectiemethoden zijn mij bekend
- de Triodos research-methodiek is streng
- de Triodos research-methodiek is te selectief
- de Triodos research-methodiek is moralistisch
- de Triodos research-methodiek is geloofwaardig
- de Triodos research-methodiek maakt waar wat ze belooft
- de Triodos research-methodiek levert een te beperkt beleggingsuniversum

VOLGENDE PAGINA

Deel 7

Ik ben een

- man
- vrouw

Leeftijdscategorie:

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 66-75
- 76-85

Wat is uw beroep?

- arbeider
- bediende/leerkracht
- middenkader
- hoger kader/directie
- vrij beroep (advocaat, ...)
- middenstander (winkelier, kleinhandelaar, ...)
- zelfstandige (landbouwer, ondernemers, ...)
- student
- werkzoekende
- huisvrouw/huisman
- zonder beroep (invalide, ...)
- (brug)gepensioneerd

Wat is de hoogste opleiding die u genoten hebt?

- lagere school
- lager middelbaar/technisch onderwijs
- hoger middelbaar/technisch onderwijs
- hoger niet-universitair onderwijs
- universitair

Bent u gezinshoofd?

- ja
- nee

Wat is uw leefsituatie?

- thuiswonend bij ouders
- alleenwonend
- gehuwd of samenwonend met partner

Heeft u kinderen?

- ja
- nee

Hoeveel inwonende kinderen telt uw gezin (a.u.b. invullen met cijfer: 0 of meer)

- inwonende kinderen tot 7 jaar
- inwonende kinderen 8 tot 15 jaar
- inwonende kinderen ouder dan 16 jaar

In welke provincie/gewest woont u?

- Antwerpen
- Oost Vlaanderen
- West-Vlaanderen
- Vlaams Brabant
- Limburg
- Brussels gewest
- Waals Brabant
- Luik
- Henegouwen
- Namen

- Luxemburg
- Andere

VERZENDEN

Deel 8

Oproep voor kandidaten

Ethibel vzw organiseert, met de financiële steun van de Koning Boudewijnstichting, een opinieonderzoek over duurzaam beleggen in België. Het project *“Consumenten aan het woord. Dialoog met consumenten over ethisch en duurzaam beleggen”* wil inzicht verwerven in de drijfveren en wensen van ethische en niet-ethische beleggers.

Naast de algemene vragenlijst, die voor u ligt, zal tijdens focusgroepen samen met deelnemers verder nagegaan worden wat zij verwachten van duurzaam beleggen en hoe zij wensen geïnformeerd te worden of willen communiceren met duurzame fondsbeheerders.

Zo'n focusgroep is samengesteld uit maximum 10 à 12 deelnemers en komt voor 2 à 3 uur samen.

Op die manier kan dieper ingegaan worden op een aantal kwesties en kunnen deelnemers meer uitvoerig en genuanceerd hun mening geven.

Er worden verschillende groepen samengesteld: overtuigde duurzame beleggers, overtuigde traditionele beleggers (telkens een groep in het Nederlands en in het Frans) ...

Er zal gepeild worden naar uw tevredenheid, frustraties en andere bevindingen.

Er zal gevraagd worden naar uw wensen, naar wat uw verbeterd zou willen zien.

Uw deelname wordt ten eerste op prijs gesteld.

Als deelnemer hoeft u verder niets voor te bereiden.

U ontvangt een agenda en precieze gegevens van waar en wanneer de groepen bijeenkomen.

De samenkomsten zijn gepland voor de tweede helft van oktober (week 42 of 43).

U wordt vergoed voor de verplaatsing en ontvangt een symbolisch geschenkje.

Het aantal deelnemers aan de focusgroepen is beperkt. Een focusgroep wordt ook min of meer evenwichtig samengesteld, zodat zoveel mogelijk meningen aan bod komen.

Daarom vragen we u om u kandidaat te stellen via een inschrijvingsformulier.

Aangezien we de vragenlijst anoniem willen houden, verwijzen we u voor die inschrijving naar: www.ethibel.org/focusgroepen, maar je kan ook gewoon onderstaande knop gebruiken.

Het inschrijvingsformulier wordt volledig apart verwerkt van de vragenlijst. Ethibel vzw waarborgt volledig de bescherming van uw persoonsgegevens en gebruikt ze enkel voor deze oproep.

Wij nemen zelf contact met u op.

IK BEN KANDIDAAT

EINDE

Inschrijvingsformulier

Ik ben bereid om mee te werken aan een focusgroep.

Naam :

Adres :

Tel/GSM :

Bel me bij voorkeur: 's avonds overdag

E-mail :

Leeftijdscategorie : 18-25 26-35 36-45 46-55 56-65 66-75 76-85

Ik beschouw mezelf als: overtuigd 'duurzaam' belegger
 overtuigd 'traditioneel' belegger

Mijn persoonsgegevens mogen enkel en alleen met betrekking tot deze oproep gebruikt worden.

JA, IK BEN KANDIDAAT

NEE, IK BEN GEEN KANDIDAAT