

# Fonds mit Spendenkomponente

## Pilotstudie

Erhebung und Analyse von Fonds, die mit Teilen ihrer  
Einnahmen sozial-ökologische Zwecke fördern

*Sponsored by:*



SECURITY KAG

## Inhaltsverzeichnis

|                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------|----|
| 1 Zusammenfassung.....                                         | 4  |
| 2 Einleitung.....                                              | 6  |
| 3 Vorgehen und Analyse .....                                   | 7  |
| 3.1 Definition und Eingrenzung.....                            | 7  |
| 3.2 Recherche.....                                             | 9  |
| 3.3 Methodik.....                                              | 10 |
| 4 Daten zu Fonds mit Spendenkomponente .....                   | 11 |
| 4.1 Marktüberblick und Fonds-Charakteristika.....              | 11 |
| 4.2 Spenden-Modelle .....                                      | 15 |
| 4.3 Details zu den Spenden-Modellen .....                      | 16 |
| 4.4 Spenden: Höhe, Zwecke und Organisationen .....             | 19 |
| 5 Portale und Siegel .....                                     | 21 |
| 5.1 Portale .....                                              | 21 |
| 5.2 Siegel .....                                               | 21 |
| 6 Erkenntnisse aus den Fachinterviews.....                     | 23 |
| 6.1 Beratung und Kommunikation.....                            | 24 |
| 6.2 Forschungsstand.....                                       | 25 |
| 6.3 Kosten und Nutzen.....                                     | 25 |
| 6.4 Motive der Fondsanbieter.....                              | 26 |
| 6.5 Nachfrage .....                                            | 27 |
| 6.6 Portale, Siegel und Regulierung.....                       | 27 |
| 6.7 Spenden.....                                               | 28 |
| 6.8 Qualität und Transparenz.....                              | 29 |
| 6.9 Relevanz und Potenziale .....                              | 30 |
| 6.10 Wirkung/Impact .....                                      | 31 |
| 6.11 Zielgruppen .....                                         | 31 |
| 6.12 Sonstiges .....                                           | 32 |
| 7 Studien zu Fonds mit Spendenkomponente .....                 | 32 |
| 8 Ausblick.....                                                | 34 |
| 9 Literaturverzeichnis .....                                   | 36 |
| 10 Anhang.....                                                 | 38 |
| 10.1 Liste der interviewten Fachleute.....                     | 38 |
| 10.2 Überblickstabellen.....                                   | 39 |
| 10.3 Liste der recherchierten Fonds mit Spendenkomponente..... | 41 |
| 10.4 Profile der Fonds mit Spendenkomponente .....             | 42 |
| 10.5 Informationen zu den Sponsoren .....                      | 43 |

## Abbildungsverzeichnis

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung a: Vier Zahlen zu Fonds mit Spendenkomponente .....                         | 4  |
| Abbildung b: Fondstyp (in Prozent) .....                                              | 12 |
| Abbildung c: Einstufung nach Offenlegungsverordnung (in Prozent).....                 | 12 |
| Abbildung d: Fonds versus Anteilsklasse (in Prozent).....                             | 13 |
| Abbildung e: Gebührenniveau (in Prozent) .....                                        | 14 |
| Abbildung f: Spenden-Modell (Anzahl Fonds) .....                                      | 17 |
| Abbildung g: Höhe des Anteils beim Volumen-Modell (Anzahl Fonds/Anteilsklassen) ..... | 18 |
| Abbildung h: Höhe des Anteils beim Gebühren-Modell (Anzahl Fonds) .....               | 19 |
| Abbildung i: Wordcloud Spendenzwecke .....                                            | 20 |

## Tabellenverzeichnis

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabelle 1: Volumina der Fonds/Anteilsklassen mit Spendenkomponente.....  | 14 |
| Tabelle 2: Modelle bei Fonds mit Spendenkomponente .....                 | 15 |
| Tabelle 3: Volumina nach Spenden-Modell .....                            | 17 |
| Tabelle 4: Volumen-Modell: Höhe des Anteils für Spendenzwecke .....      | 18 |
| Tabelle 5: Gebühren-Modell: Höhe des Anteils für Spendenzwecke.....      | 19 |
| Tabelle 6: Gespendete Volumina.....                                      | 20 |
| Tabelle 7: Expertise-Bereiche der interviewten Fachleute .....           | 23 |
| Tabelle 8: Liste der interviewten Fachleute.....                         | 38 |
| Tabelle 9: Definitionen zu Finanzprodukten mit Spendenkomponente .....   | 39 |
| Tabelle 10: Siegel und die Berücksichtigung von Spendenkomponenten ..... | 40 |
| Tabelle 11: Liste der Fonds mit Spendenkomponente .....                  | 41 |

## Impressum

FaFin – Fair Finance Lab gGmbH  
 Montpellierstr. 10  
 D-69115 Heidelberg  
 +49 / 6221 / 42 63 793  
[kontakt@fair-finance-institute.de](mailto:kontakt@fair-finance-institute.de)  
[www.fair-finance-institute.de](http://www.fair-finance-institute.de)

Text, Erhebung, Methodik und Konzept: Gesa Vögele und Katharina Meyhöfer

Veröffentlichung: März 2026

Disclaimer: Die in dieser Veröffentlichung enthaltenen Informationen wurden mit größtmöglicher Sorgfalt recherchiert und aufbereitet. Sie dienen ausschließlich Informationszwecken und stellen keine Beratung dar. Wir übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität der bereitgestellten Inhalte. Eine Haftung für Schäden, die unmittelbar oder mittelbar aus der Nutzung der dargebotenen Informationen entstehen, ist ausgeschlossen. Die Nutzung der Inhalte erfolgt auf eigene Verantwortung.

# 1 Zusammenfassung

Die vorliegende Pilotstudie bietet erstmals eine Marktübersicht über Fonds mit Spendenkomponente, die in Deutschland, Österreich und/oder der Schweiz (DACH-Raum) zum Vertrieb zugelassen sind. Sie enthält aggregierte Daten zu den Fonds, den Spenden-Modellen sowie zur Höhe und Verwendung der Spenden. Zudem zeigt sie, ob Portale und europäische Siegel für nachhaltige Finanzprodukte Spendenkomponenten berücksichtigen, gewährt Einblicke in unterschiedliche Perspektiven aus Interviews mit 16 Expertinnen und Experten und enthält Profile konkreter Fonds mit Spendenkomponente.

Unter Fonds mit Spendenkomponente werden Finanzprodukte verstanden, bei denen ein Teil der Einnahmen in sozial-ökologische Zwecke fließt. Eine Spendenkomponente liegt dabei nur dann vor, wenn sie als Merkmal einzelner Produkte verstanden oder kommuniziert wird und als dauerhafter Bestandteil regelbasiert an den jeweiligen Fonds geknüpft ist.

Abbildung a: Vier Zahlen zu Fonds mit Spendenkomponente



Die Recherche ergab 36 Fonds mit Spendenkomponente, die im DACH-Raum zum Vertrieb zugelassen sind. Das aggregierte Volumen dieser Fonds beträgt 8,3 Milliarden Euro, wobei bei Fonds, die eine Spendenkomponente nur auf Ebene einzelner Anteilklassen implementieren, ausschließlich diese in die Berechnung einbezogen wurden.

Es konnten vier Modelle unterschieden werden, mit denen Fonds Spendenkomponenten umsetzen: das Volumen-, Gebühren-, Ertrags- und Performance-Modell. Insbesondere das Volumen- und das Gebühren-Modell unterscheiden sich dabei nur in Nuancen. In der Praxis kommen zudem Mischformen vor. Bislang konnten diese Fonds mindestens 27,9 Millionen Euro an Spenden in sozial-ökologische Zwecke lenken. Von den Spenden profitieren insbesondere Organisationen und Projekte, die sich für Bereiche wie Bildung, Kinder, die UN-Nachhaltigkeitsziele (SDGs), Biodiversität oder Klimaschutz einsetzen.

Neben den unterschiedlichen Spenden-Modellen unterscheiden sich die Fonds auch hinsichtlich weiterer Merkmale. Bei den Fonds mit Spendenkomponente handelt es sich mehrheitlich um Aktienfonds (50 %). Es folgen Mischfonds (27 %), Rentenfonds (17 %) und jeweils ein Dach- und ein Mikrofinanzfonds. 61 Prozent sind nach der EU-Offenlegungsverordnung Artikel-8-Fonds und 33 Prozent Artikel-9-Fonds. Der Rest der Fonds fällt in keine der beiden Kategorien. Bei 67 Prozent der Fonds gilt die Spendenkomponente für den gesamten Fonds, bei 33 Prozent ist sie ausschließlich in eine oder mehrere Anteilklassen integriert.

Fonds mit Spendenkomponente bilden ein kleines Marktsegment: Nur 7,5 Prozent aller Fonds mit FNG-Nachhaltigkeitsprofil und/oder dem Österreichischen Umweltzeichen (UZ 49) verfügen über eine Spendenkomponente, ebenso wie 0,5 Prozent aller Artikel-8- und Artikel-9-Fonds in Deutschland.

Keines der untersuchten Fondsportale bietet Spendenkomponenten bislang als Suchkriterium an, auch wenn eines das Thema berücksichtigt. Bei den meisten europäischen Siegeln für nachhaltige Finanzprodukte spielen Spendenkomponenten derzeit keine Rolle. Ein Siegel erkennt sie zwar als relevant an, allerdings ohne, dass dies ein Kriterium wäre. Bei zwei anderen Siegeln können Spendenkomponenten als ergänzendes Kriterium in die Bewertung einfließen. Ein weiteres europäisches Siegel enthält darüber hinaus spezifische Anforderungen für Finanzprodukte mit Spendenkomponente.

Die Spendenkomponente wird von allen 16 interviewten Expertinnen und Experten durchweg positiv bewertet. Allerdings betonen zugleich fast alle, dass es sich eher um einen ergänzenden Beitrag als einen zentralen Hebel handelt. Eine weitere Erkenntnis aus den Gesprächen ist, dass Spenden zwar einen klaren und nachvollziehbaren Impact haben, jedoch nicht die eventuell mangelnde Nachhaltigkeit eines Fonds kompensieren dürfen.

Mit Blick auf den Vertrieb zeigte sich, dass die Spendenkomponente weniger als Verkaufsargument gesehen wird, sondern eher als positiver Faktor für die Reputation des Anbieters insgesamt. Hauptzielgruppe sind den Aussagen aus den Interviews zufolge zwar vor allem Privatanlegerinnen und Privatanleger. Aber es werden durchaus auch verschiedene institutionelle Investoren angesprochen, die wiederum selbst Interesse zeigen.

Interviewte Anbieter betonten zudem, dass Spendenkomponenten den Effekt haben können, Netzwerke und Community Building zu stärken, indem sie unterschiedliche Akteursgruppen, beispielsweise gemeinnützige Organisationen, lokale Initiativen und Akteure, Mitarbeitende, projektbezogene Partner sowie Kundinnen und Kunden und Investierende, miteinander verbinden und den Austausch zwischen ihnen fördern. Aus den Gesprächen mit den Fachleuten, die Anbieter repräsentierten, zeigte sich darüber hinaus, dass die Entstehungsgeschichten der Fonds sehr unterschiedlich und daher für das Verständnis der Produkte relevant sind. Die Interviewten konnten darüber hinaus keine konkreten Analysen oder Studien zu Fonds mit Spendenkomponente nennen.

## 2 Einleitung

Fonds und allgemein Finanzprodukte mit Spendenkomponente gibt es seit vielen Jahren. Hin und wieder berichten Fachmedien darüber und erwähnen das Thema.<sup>1</sup> Eine systematische Untersuchung dieses Marktsegments im deutschsprachigen Raum fehlt jedoch bislang. Die vorliegende Pilotstudie setzt hier an und will erstmals einen Überblick zu Fonds mit Spendenkomponente bieten, die in Deutschland, Österreich und/oder der Schweiz zum Vertrieb zugelassen sind.

Aus Sicht des Fair Finance Institutes ist das Themenfeld nicht nur deshalb spannend, weil es sich um Neuland handelt. Die Verbindung von nachhaltigen Investitionen und Finanzierungen mit dem Bereich der Philanthropie verspricht Potenziale für bislang wenig genutzte Gestaltungsspielräume und kreative Lösungen. Gerade dort, wo Unterschiedliches zusammenkommt, entsteht häufig Neues.

Spenden wirken anders als Investitionen. Sie unterstützen und fördern Tätigkeiten oder Bereiche, in denen keine Renditen erwirtschaftet werden können. Sie tragen daher erheblich zu gesellschaftlicher Resilienz und nachhaltiger Entwicklung bei. Die Spendenbereitschaft – beispielsweise in Deutschland – ist trotz des aktuell schwierigen wirtschaftlichen und politischen Umfelds weiterhin hoch.<sup>2</sup>

Laut dem Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI)<sup>3</sup> lag das Volumen der Spenden von Privatpersonen in Deutschland 2024 bei 12,5 Milliarden Euro. Hinzu kommen Unternehmensspenden. Der Deutsche Spendenmonitor 2025<sup>4</sup> offenbart, dass knapp die Hälfte der Menschen spendet, 41 Prozent engagieren sich ehrenamtlich und 80 Prozent der Bevölkerung tätigen Sachspenden. Dennoch geraten gemeinnützige Organisationen zunehmend auch finanziell unter Druck.<sup>5</sup> Fonds mit Spendenkomponente können als ein Weg neben anderen angesehen werden, für sozial-ökologische Zwecke kontinuierliche Spendenflüsse zu generieren.

Inwiefern Fonds mit Spendenkomponente hierzu tatsächlich einen Beitrag zu leisten vermögen, was diese Finanzprodukte auszeichnet, welche Modelle sie umsetzen, wie hoch die Spendenvolumina sind und welchen Zwecken diese zugute kommen, ist Gegenstand der vorliegenden Studie. Wir erläutern zunächst Definition und Abgrenzung sowie das Vorgehen und die Methodik. Danach stellen wir die Rechercheergebnisse zu den Fonds mit Spendenelement und zu den identifizierten Spenden-Modellen aggregiert dar.

Ergänzend untersuchen wir, inwieweit Spendenkomponenten in Fondsportalen und europäischen Siegeln für nachhaltige Finanzprodukte berücksichtigt werden. Darüber hinaus präsentieren wir Erkenntnisse aus Interviews mit 16 Expertinnen und Experten sowie einen Überblick über Publikationen, die Finanzprodukte mit Spendenkomponente thematisieren.

Wir möchten zudem auf Grenzen dieser Pilotstudie verweisen. Daten lagen zum Teil nur begrenzt und in unterschiedlicher Qualität und Vergleichbarkeit vor – auch wenn wir bei den Anbietern auf sehr große Bereitschaft gestoßen sind, Informationen zur Verfügung zu stellen. Zudem können wir nicht davon ausgehen, dass wir alle Fonds mit Spendenkomponente im DACH-

---

<sup>1</sup> Ein Beispiel ist ein Artikel in FONDS professionell (2019).

<sup>2</sup> Vgl. DZI – Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (2025).

<sup>3</sup> Ebenda.

<sup>4</sup> Vgl. Deutscher Fundraising Verband (2025).

<sup>5</sup> Diese Tendenz zeigt zum Beispiel ein Bericht der European Fundraising Association (2024).

Raum ermittelt haben. Die Zahlen in dieser Studie – beispielsweise zum Spendenvolumen – müssen auch deshalb als unterschätzt angenommen werden.

Methodisch war insbesondere die Abgrenzung zwischen Spenden auf Unternehmens- und auf Produktebene eine Herausforderung, für die wir eine pragmatische Lösung finden konnten, die aber konzeptionell noch nicht zufriedenstellt. Insbesondere ist es uns darüber hinaus wichtig, Spenden auf Unternehmens- und Produktebene nicht gegeneinander auszuspielen. Beide leisten bedeutende Beiträge und werden zudem in der Praxis miteinander kombiniert.

Ein wichtiges Anliegen dieser Pilotstudie ist darüber hinaus, das Segment der Fonds mit Spendenkomponente aus Sicht der Investierenden zu beleuchten. Daher haben wir beispielsweise in die Interviews mit Fachleuten die Perspektive des Verbraucherschutzes einbezogen. Ziel war es, Erkenntnisse und Anhaltspunkte auch mit Blick auf Fragen wie Qualität, Transparenz und Leitlinien für die Finanzberatung zu erhalten.

Wir freuen uns, nun erstmals eine Studie zu Fonds mit Spendenkomponente vorlegen zu können, und hoffen, damit unter anderem einen Beitrag zur Transparenz und zur qualitativen Weiterentwicklung dieses Marktsegments leisten zu können. Die für diese Pilotstudie entwickelte Methodik kann als Grundlage für ein kontinuierliches Monitoring dieses Marktsegments genutzt werden.

Für das Gelingen dieser Studie war neben dem fachlichen und mitunter auch sehr kritischen Input vieler Menschen ebenso die finanzielle Unterstützung essenziell. Wir danken daher allen sehr herzlich für ihre Beiträge und insbesondere Candriam, der GLS Investment Management GmbH, der Green Growth Futura GmbH und der Security Kapitalanlage AG dafür, dass sie diese Studie durch Sponsoring ermöglicht haben.

## 3 Vorgehen und Analyse

### 3.1 Definition und Eingrenzung

Für Finanzprodukte mit Spendenkomponente gibt es mehrere Definitionen und verschiedene – meist englischsprachige – Bezeichnungen. Beispiele umfassen *shared savings*, *karitativer Beitrag* von *Charity Fonds*, *Income-sharing* oder auch *Solidarity or charity*. Gemeinsamer Nenner dieser Definitionen (siehe hierzu [Tabelle 9: Definitionen](#)) ist, dass Einnahmen von Finanzprodukten ganz oder teilweise für wohltätige, soziale oder ökologische Zwecke gespendet bzw. an Wohltätigkeitsorganisationen oder NGOs weitergegeben werden. Mit Einnahmen sind meist die Verwaltungsgebühren oder Erträge wie Zinsen oder Dividenden gemeint.

Neben Fonds lassen sich auch andere Finanzprodukte mit Spendenkomponente finden, etwa in den Bereichen Vermögensverwaltung oder Sparanlagen. In Frankreich gibt es beispielsweise mit dem *Livret de Développement Durable et Solidaire* ein reguliertes Sparprodukt, das eine optionale Spendenkomponente enthält.<sup>6</sup> Diese Studie berücksichtigt jedoch ausschließlich Investmentfonds mit Spendenkomponente. Es handelt sich damit in der Regel um OGAW<sup>7</sup>-Fonds, wobei auch andere Rechtsformen, etwa Alternative Investmentfonds (AIF) mit Spendenkomponente, erfasst und analysiert wurden.

---

<sup>6</sup> Vgl. *Ministères économiques et financiers* (2026).

<sup>7</sup> OGAW steht für *Organismen für gemeinsame Anlagen in Wertpapieren*, englisch UCITS.

Bei der näheren Analyse zeigte sich, dass eine genauere Eingrenzung des Untersuchungsgegenstands insbesondere mit Blick auf folgende Bereiche erforderlich ist:

#### Eingrenzung von Fonds mit Spendenkomponente:

- 1) Unterscheidung von Spenden auf Unternehmens- und Produktebene
- 2) Aktualität der Informationen zur Spendenkomponente
- 3) Verfügbarkeit der Informationen zur Spendenkomponente
- 4) Dauerhaftigkeit der Spendenkomponente
- 5) Regelhaftigkeit der Spendenkomponente

Zu 1) Einige Fondsanbieter spenden regelmäßig pauschal über alle vertriebenen Fonds hinweg einen bestimmten Anteil der Verwaltungsgebühren. Diese Studie erfasst jedoch ausschließlich Fonds, bei denen die Spendenkomponente als einzeln zuordenbares Charakteristikum von konkreten Fondsprodukten verstanden und/oder kommuniziert wird. Allerdings erweist sich die Abgrenzung in einzelnen Fällen als schwierig. Es verbleibt ein Interpretations- und Ermessensspielraum.

Zu 2) Für diese Studie fanden ausschließlich Fonds Berücksichtigung, für die entweder Belege aus dem vergangenen oder laufenden Jahr zur Spendenkomponente öffentlich zugänglich sind, oder bei denen der Anbieter die Aktualität und das Vorhandensein der Spendenkomponente bestätigt hat.

Zu 3) Einige Anbieter veröffentlichen keine (aktuellen) Informationen zur Spendenkomponente – beispielsweise aus Sorge, dem Vorwurf des Greenwashings<sup>8</sup> ausgesetzt zu sein. Sofern uns die Anbieter jedoch Informationen zu diesen Fonds und deren Spendenkomponente zur Verfügung stellten, nahmen wir sie in die Grundgesamtheit auf.

Zu 4) Es gibt Fonds, bei denen die Spendenkomponente nur einmalig Anwendung findet – zum Beispiel als Anreiz, um neue Anlegerinnen und Anleger zu gewinnen. Diese Studie berücksichtigt jedoch ausschließlich Fonds, bei denen die Spendenkomponente dauerhafter Produktbestandteil ist.

Zu 5) Bei anderen Fonds wiederum liegt die Spende im Ermessen des Anbieters. Diese Studie berücksichtigt jedoch ausschließlich Fonds mit einer regelbasierten Spendenkomponente.

#### Erforderliche Merkmale von Fonds mit Spendenkomponente:

- Ein Teil der Einnahmen fließt in soziale, ökologische oder gemeinnützige Zwecke.
- Die Spendenkomponente wird als Merkmal *einzelner* Produkte verstanden.
- Die Spendenkomponente ist *dauerhafter* Produktbestandteil.
- Die Spendenkomponente ist *regelbasiert*.

Darüber hinaus wurde nicht als festes Kriterium festgelegt, dass es sich auch im rechtlichen Sinne um eine Spende handeln muss. Dies kann sicher letztlich auch nicht in allen Fällen zweifelsfrei verifiziert werden.

---

<sup>8</sup> Dies wird auch *Greenhushing* genannt. Darunter ist das bewusste Verschweigen oder Herunterspielen von Nachhaltigkeitsmaßnahmen durch Unternehmen aus Angst vor Greenwashing-Vorwürfen gemeint.

## 3.2 Recherche

Ziel dieser Studie ist es, einen Überblick zu Fonds mit Spendenkomponente zu gewähren und zentrale Charakteristika dieser Finanzprodukte aggregiert darzustellen. Berücksichtigt werden ausschließlich Fonds, die im DACH-Raum, also in Deutschland, Österreich und/oder der Schweiz, zum Vertrieb zugelassen sind. In einem ersten Schritt ging es darum, nach Möglichkeit alle Fonds mit Spendenkomponente im DACH-Raum zu ermitteln. Die Recherche umfasste die folgenden Schritte.

### Recherche-Ablauf

- 1) Web-basierte Suchabfragen
- 2) Stichwortsuche in Portalen für (nachhaltige) Fonds
- 3) Auswertung der Studien des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ)
- 4) Umfrage unter Fondsanbietern
- 5) Call for Input
- 6) Konsultation des Netzwerks und Fachinterviews

Zu 1): Grundlage der web-basierten Suchabfragen war ein fest definiertes Set an Stichworten, das während des Prozesses weiterentwickelt wurde. Auf diese Weise konnten die meisten Fonds mit Spendenkomponente gefunden werden.

Zu 2): Insgesamt 15 Portale<sup>9</sup> wurden mit den Stichworten aus den web-basierten Anfragen durchsucht. Zudem prüften wir, ob das Thema über die Suchmasken der Portale abgebildet wird. Auf diese Weise konnten allerdings keine Fonds mit Spendenkomponente ermittelt werden. Eine Erklärung dafür ist, dass sich die Spendenkomponente in der Regel nicht am Namen des Fonds oder der Anteilsklasse ablesen lässt. Auch konnte keine Abfragemöglichkeit für das Thema in den Suchmasken der Portale identifiziert werden.

Zu 3) Das Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ) an der Hochschule Luzern erstellt seit 2017 jährlich eine Studie zu nachhaltigen Fonds in der Schweiz.<sup>10</sup> Seit Beginn an fanden auch so genannte *Charity-Fonds* mit *karitativem Beitrag* Berücksichtigung – also Fonds mit Spendenkomponente. Von diesen *Charity-Fonds* nahm die Studie in jeder Ausgabe beispielhafte Profile auf. Wir erstellten Listen dieser Fonds und überprüften mittels Webrecherchen und persönlicher Nachfrage bei den Anbietern, ob die Fonds und/oder die Spendenkomponente noch existieren. Nicht alle Fälle konnten zweifelsfrei geklärt werden.

Zu 4) Ergänzend zu den Recherchen führten wir unter Anbietern, deren Fonds über ein FNG-Nachhaltigkeitsprofil und/oder das Österreichische Umweltzeichen<sup>11</sup> verfügen, eine Kurzumfrage durch. Wir baten um Hinweise, ob Fonds mit Spendenkomponente angeboten werden oder dies geplant ist. 64 Prozent der Anbieter antworteten. Auf diese Weise wurden wir auf fünf weitere Fonds mit Spendenkomponente von vier Anbietern aufmerksam. Keiner der befragten

---

<sup>9</sup> Dies waren Cleanvest, ECOreporter, extraETF, Faire Fonds, finanzen.net, Finanzfluss, FNG-Nachhaltigkeitsprofile, Fonds professionell, FondsFinder von Stiftung Warentest, fondsweb, JustETF, Morningstar, MyFairMoney, OnVista, Scope Explorer.

<sup>10</sup> Die Sustainable Investments Studien des IFZ von 2017 bis 2025 können unter folgendem Link abgerufen werden: <https://hub.hslu.ch/sustainable/sustainable-investments-studien/> (letzter Abruf: 14.01.2026).

<sup>11</sup> Die Liste der Finanzprodukte mit Österreichischem Umweltzeichen und die Fonds mit FNG-Nachhaltigkeitsprofil sind unter den folgenden Links zu finden: [www.umweltzeichen.at/de/produkte/finanzprodukte](http://www.umweltzeichen.at/de/produkte/finanzprodukte) und [www.forum-ng.org/de/fng-nachhaltigkeitsprofile](http://www.forum-ng.org/de/fng-nachhaltigkeitsprofile).

Anbieter plant, (weitere) Fonds mit Spendenkomponente einzuführen. Jedoch diskutieren zwei Anbieter, ob sie eine Spendenkomponente einführen bzw. bestehende Modelle auf andere Fonds ausweiten – ohne, dass dafür bereits konkrete Pläne bestünden. Es gab zudem Hinweise von zwei Anbietern auf insgesamt elf Fonds mit Spendenkomponente, die ausschließlich auf dem US-amerikanischen bzw. französischen Markt zum Vertrieb zugelassen sind.

Zu 5) Um ergänzende Hinweise zu weiteren Fonds mit Spendenfaktor und zusätzliche relevante Informationen zu erhalten, nutzten wir das Instrument eines Calls for Input. Diesen veröffentlichten wir im Dezember 2025 auf dem LinkedIn-Profil, der Webseite und im Newsletter des Fair Finance Institutes. Wir erhielten vier Rückmeldungen, darunter zwei zu Fonds mit Spendenkomponente.<sup>12</sup>

Zu 6) Hinweise zu Fonds mit Spendenfaktor kamen darüber hinaus aus dem Netzwerk des Fair Finance Institutes sowie aus den Fachinterviews.

Ergänzend zu den Recherchen nach Fonds mit Spendenkomponente gingen wir der Frage nach, ob Portale für (nachhaltige) Fonds und/oder Siegel für nachhaltige Geldanlagen Spendenkomponenten berücksichtigen. Hierfür führten wir Kurzumfragen unter den 15 Fondsportalen durch, die bereits bei der Recherche eine Rolle spielten, sowie unter zehn Siegel-Anbietern<sup>13</sup> (mehr dazu unter [Portale und Siegel](#)). Abschließend werteten wir zudem Studien und Publikationen aus, in denen Fonds mit Spendenkomponente eine Rolle spielen. Eine systematische Literaturrecherche und -analyse war jedoch nicht Gegenstand dieser Studie.

### 3.3 Methodik

Zu allen Fonds, bei denen wir eine Spendenkomponente ermittelt haben, wurden Daten erhoben. Hierfür galt es, zunächst Kriterien zu entwickeln und Datenquellen zu definieren. Weil die Datenlage für Fonds mit Spendenkomponente sehr heterogen ist, war es in einigen Fällen nicht möglich, einheitliche und stringent vergleichbare Datenpunkte zu identifizieren und zu nutzen. Datenquellen waren in erster Linie Fondsportale, Fondsdokumente, etwa der Fondsprospekt, Marketing-Unterlagen und durch die Anbieter zur Verfügung gestellte Informationen.

Die erhobenen Daten flossen in einem zweiten Schritt in eine eigens für diesen Zweck entwickelte Analysematrix ein. Diese deckt Kriterien für folgende vier Bereiche ab: grundlegende Fondsdaten, Nachhaltigkeitsansatz, Spenden-Modell und Spenden. Die Daten in der Analysematrix wurden in einem dritten Schritt mittels deskriptiver statistischer Verfahren ausgewertet. Auf Basis der Analysematrix sind zudem Fondsprofile erstellt worden. Diese sandten wir den Anbietern zu, um weitere Informationen zu erhalten und Datenlücken zu schließen. Für rund 80 Prozent der Fonds erhielten wir von den Anbietern ergänzte und teils präzierte und berichtete Informationen. Sofern wir das Einverständnis der Anbieter erhielten, sind die Fondsprofile in diese Studie aufgenommen worden (siehe [Profile](#)).

---

<sup>12</sup> Eine der beiden weiteren Rückmeldungen bezog sich auf die Initiative *Carry4Good* von Ashoka, einem globalen Netzwerk für Social Entrepreneurs. Carry4Good ist eine freiwillige Selbstverpflichtung von Fondsmanagern, einen Prozentsatz der *Carried Interest* ihrer Fonds zum Zeitpunkt ihres Ausstiegs für wirkungsvolle soziale Innovationen zum Wohle der Allgemeinheit zu spenden (mehr unter [www.ashoka.org/en-us/carry4good](http://www.ashoka.org/en-us/carry4good)). Die andere Rückmeldung beinhaltete ein Interesse daran, den Aspekt der Spendenkomponente bei Fonds auf andere Kontexte zu übertragen.

<sup>13</sup> Dies waren: CIES label for employee savings funds, ECOreporter Siegel, Finansol Label, FNG-Siegel, Greenfin Label, Label ISR, LuxFLAG Label, Nordic Swan Label, Towards Sustainability, UZ 49 (Österreichisches Umweltzeichen).

Um ergänzend Eindrücke zu verschiedenen Perspektiven auf Fonds mit Spendenkomponente zu erhalten, führten wir darüber hinaus 15 Interviews mit 16 Expertinnen und Experten. Maßgebend für die Auswahl der Fachleute war, ein möglichst breites inhaltliches Spektrum abzudecken. Die Interviews dauerten in der Regel 60 Minuten und wurden bei vorliegender Zustimmung aufgezeichnet. Wir führten die Gespräche semistrukturiert. Das heißt, wir passten sie je nach Expertise der Interviewten an und ließen bewusst Raum für eigene Impulse und Schwerpunkte. Die Auswertung erfolgte mittels inhaltlicher Codierung entlang thematischer Kategorien, die sich an der Vorstrukturierung der Interviews orientierten. Wir anonymisierten die Aussagen aus den Interviews und stellten sie aggregiert dar (mehr unter [Erkenntnisse aus den Fachinterviews](#)).

## 4 Daten zu Fonds mit Spendenkomponente

### 4.1 Marktüberblick und Fonds-Charakteristika

Die Recherche ergab **36 Fonds mit Spendenkomponente**, die im DACH-Raum – das heißt in Deutschland, Österreich und/oder der Schweiz – zum Vertrieb zugelassen sind. Es handelt sich damit um ein sehr kleines Marktsegment. Wird dieser Wert beispielsweise mit der Anzahl der Fonds in Relation gesetzt, die aktuell entweder über ein FNG-Nachhaltigkeitsprofil verfügen oder mit dem Österreichischen Umweltzeichen (UZ 49) ausgezeichnet sind, resultiert ein Wert von gerade einmal 7,5 Prozent.<sup>14</sup>

Wenn der Vergleich auf diejenigen Finanzprodukte ausgedehnt wird, die in Deutschland gemäß der Offenlegungsverordnung zum Stand Februar 2025 nach Artikel 8 oder Artikel 9 eingestuft sind, ergibt sich ein Anteil von nur 0,5 Prozent.<sup>15</sup> Hierbei ist erstens zu berücksichtigen, dass die 36 Fonds mit Spendenkomponente eigentlich mit einer entsprechenden Zahl für den DACH-Raum verglichen werden müssten und zweitens, dass Fonds mit Spendenkomponente nicht zwingend Artikel-8- bzw. Artikel-9-Fonds sein müssen.

Nach der Einordnung in den Gesamtmarkt lohnt ein Blick auf weitere Charakteristika der Fonds mit Spendenkomponente. Dabei zeigt sich, dass Aktienfonds dominieren. Die Hälfte der 36 Fonds mit Spendenkomponente entfällt auf diese Kategorie. Auf Platz zwei folgen Mischfonds (27 %) und auf Rang drei Rentenfonds (17 %).<sup>16</sup> Zwei Fonds (6 %) konnten keinem dieser Fondstypen zugeordnet werden. Es handelt sich um einen Mikrofinanz- und einen Dachfonds.

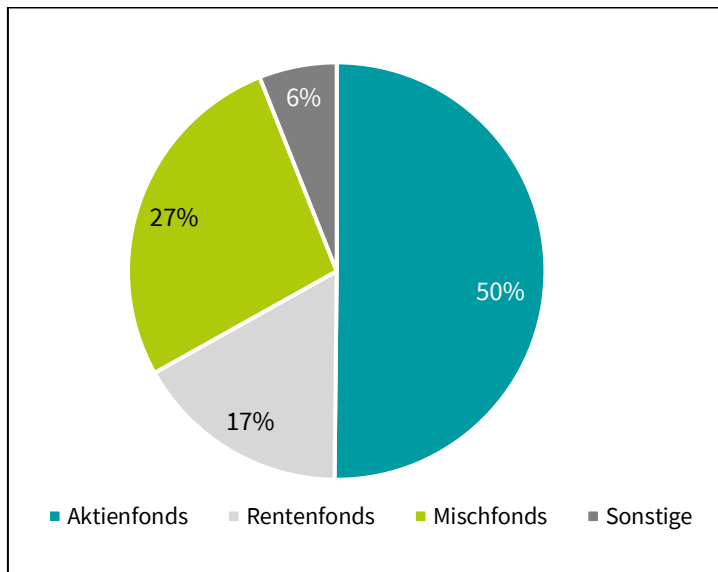
---

<sup>14</sup> Unsere Berechnungen ergaben, dass 477 Fonds derzeit entweder über ein FNG-Nachhaltigkeitsprofil verfügen oder mit dem Österreichischen Umweltzeichen (UZ 49) ausgezeichnet sind.

<sup>15</sup> Vgl. SCOPE (2025), S. 2. Demnach gab es zum Stand 28.02.2025 insgesamt 6.480 Artikel-8-Fonds und 630 Artikel-9-Fonds (zusammen 7.110 Fonds). 36 dividiert durch diesen Wert ergibt 0,5 Prozent.

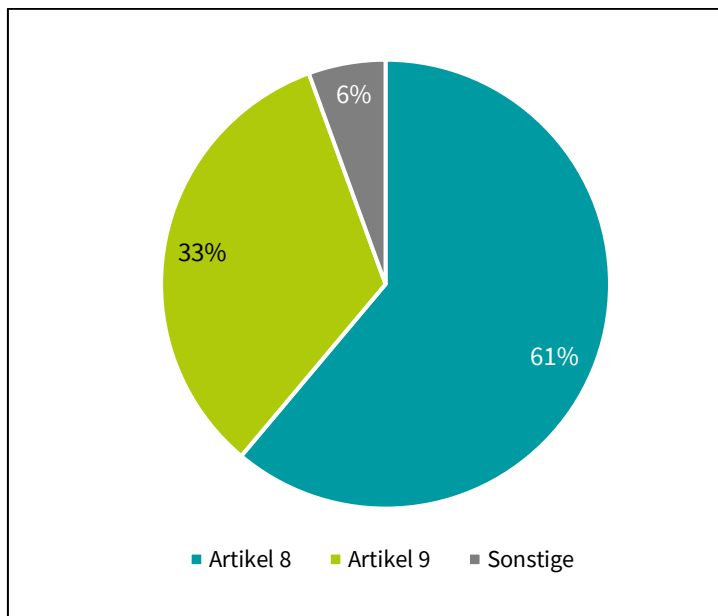
<sup>16</sup> Um Rundungsfehler zu vermeiden, wurde bei der Kategorie „Rentenfonds“ ab- anstatt aufgerundet.

Abbildung b: Fondstyp (in Prozent)



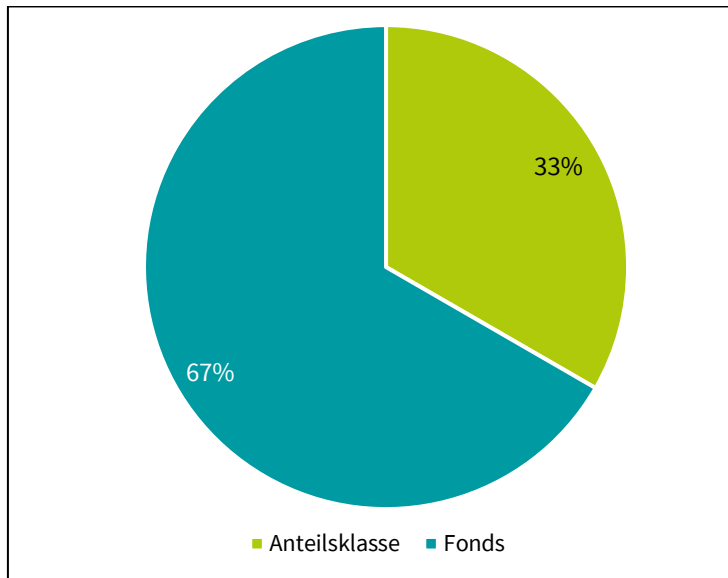
Von den 36 Fonds mit Spendenkomponente sind 34 gemäß der EU-Offenlegungsverordnung als Artikel-8- oder Artikel-9-Fonds klassifiziert. Die Mehrheit der Fonds entfällt also mit 61 Prozent auf Artikel 8-Fonds. Zwei Fonds sind nicht gemäß der EU-Offenlegungsverordnung als nachhaltige Finanzprodukte ausgewiesen.

Abbildung c: Einstufung nach Offenlegungsverordnung (in Prozent)



Bei rund zwei Dritteln der 36 Fonds bezieht sich die Spendenkomponente auf den Fonds insgesamt. Bei einem Drittel der Fonds verfügen dagegen ausschließlich eine oder mehrere Anteils-klassen über eine Spendenkomponente.

Abbildung d: Fonds versus Anteilsklasse (in Prozent)



Mit den 36 Fonds mit Spendenkomponente bzw. deren Anteilsklassen werden sowohl institutionelle als auch private Investierende angesprochen. Auch wenn uns Daten dazu vorliegen, wie viele Anteilsklassen der Fonds eine Spendenkomponente enthalten und ob diese auf private oder institutionelle Investierende ausgerichtet sind, verzichten wir auf eine entsprechende Auswertung. Denn einige Fonds verfügen über eine Vielzahl an Anteilsklassen, während andere – auch relativ große Fonds – teils nur über eine einzige Anteilsklasse verfügen. Eine Auswertung der Anteilsklassen nach Zielgruppen würde daher ein verzerrtes Bild ergeben. Erkenntnis ist jedoch, dass Privatanlegerinnen und Privatanleger stärker im Fokus stehen, institutionelle Investoren aber durchaus zur Zielgruppe zählen.

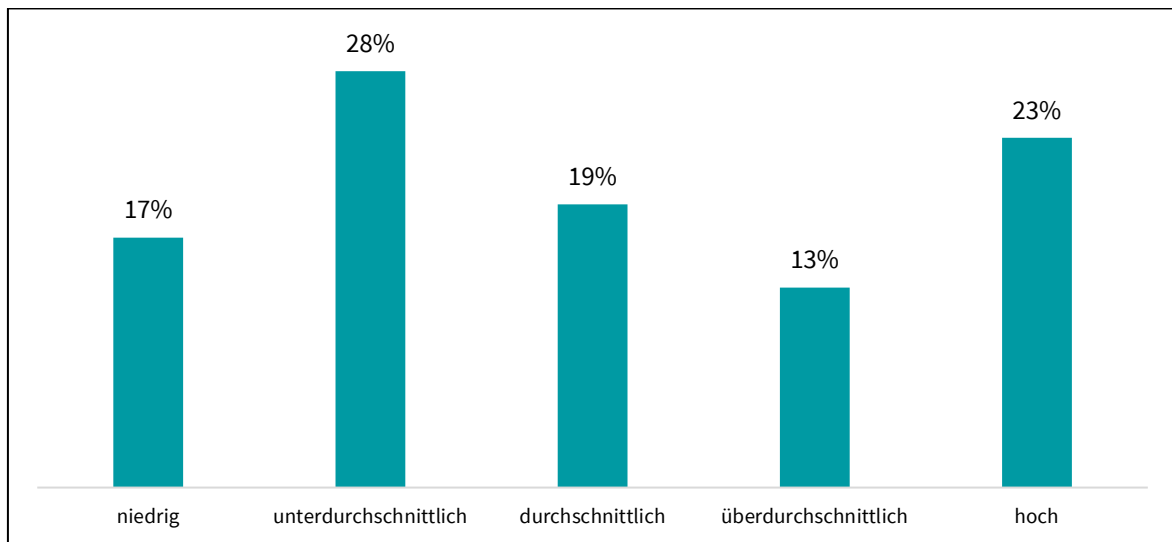
Eine häufige Frage im Zusammenhang mit Fonds mit Spendenkomponente ist darüber hinaus, ob diese mit höheren Gebühren verbunden sind als vergleichbare Fonds ohne eine solche Komponente. Um dies zu untersuchen, haben wir Informationen zur Gebührenstruktur erhoben und hierfür auf Morningstar-Daten zum Stand Januar 2026 zurückgegriffen. Morningstar klassifiziert die Gebühren auf Ebene der Anteilsklassen in fünf Kategorien: niedrig, unterdurchschnittlich, durchschnittlich, überdurchschnittlich und hoch. Entsprechende Angaben lagen für 90 Anteilsklassen (45 %) der insgesamt 199 von uns identifizierten Anteilsklassen der 36 Fonds vor. Bei Fonds, bei denen sich die Spendenkomponente lediglich auf einzelne Anteilsklassen bezieht, wurden ausschließlich diese Anteilsklassen berücksichtigt.<sup>17</sup>

Die Ergebnisse zeigen, dass knapp 45 Prozent der untersuchten Anteilsklassen eine unterdurchschnittliche oder niedrige Gebührenstruktur aufweisen und 19 Prozent eine durchschnittliche. Etwas mehr als ein Drittel (36 %) der Anteilsklassen ist hingegen mit überdurchschnittlichen oder hohen Gebühren verbunden.

---

<sup>17</sup> Wir haben uns in diesem Zusammenhang im Gegensatz zu den Informationen zu den Zielgruppen dafür entschieden, die entsprechenden Daten der einzelnen Anteilsklassen zu berücksichtigen. Ausschlaggebend hierfür war, dass die Verfügbarkeit dieser Informationen in einem stark frequentierten Fondsportal darauf hindeutet, dass die jeweiligen Anteilsklassen für den deutschsprachigen Markt relevant sind. Bei den Angaben zu den Zielgruppen, die wir überwiegend direkt von den Anbietern erhalten haben, lässt sich eine solche Relevanz hingegen nicht ohne Weiteres ableiten. Es ist möglich, dass es sich dabei um Spezial-Anteilsklassen oder um Anteilsklassen handelt, die für Märkte außerhalb des DACH-Raums konzipiert sind.

Abbildung e: Gebührenniveau (in Prozent)



Das Gesamtvolumen der 36 Fonds bzw. der entsprechenden Anteilsklassen mit Spendenkomponente belief sich auf über acht Milliarden Euro.<sup>18</sup> Bei Fonds, bei denen die Spendenkomponente ausschließlich einzelnen Anteilsklassen zugeordnet ist, wurden entsprechend nur diese Anteilsklassen in die Berechnung einbezogen, um eine Überschätzung des relevanten Volumens zu vermeiden.

Tabelle 1: Volumina der Fonds/Anteilsklassen mit Spendenkomponente

| Informationen zu den Volumina                                                                                                                                                                                                                       | Wert     | Einheit      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|--------------|
| Gesamtvolumen                                                                                                                                                                                                                                       | 8.301,38 | Mio. Euro    |
| Mittelwert der Volumina                                                                                                                                                                                                                             | 230,59   | Mio. Euro    |
| Median* der Volumina                                                                                                                                                                                                                                | 54,99    | Mio. Euro    |
| Standardabweichung** der Volumina                                                                                                                                                                                                                   | 405,16   | Mio. Euro    |
| Größtes Volumen                                                                                                                                                                                                                                     | 1.600,00 | Mio. Euro    |
| Kleinstes Volumen (Anteilsklassen)                                                                                                                                                                                                                  | 0,10     | Mio. Euro    |
| Volumen $\geq$ 1.000 Mio. Euro                                                                                                                                                                                                                      | 3        | Anzahl Fonds |
| Volumen $\geq$ 500 Mio. Euro                                                                                                                                                                                                                        | 5        | Anzahl Fonds |
| Volumen $\geq$ 100 Mio. Euro                                                                                                                                                                                                                        | 14       | Anzahl Fonds |
| *Der Median ist der mittlere Wert in einer Folge von nach aufsteigender Größe sortierten Werten. Ober- bzw. unterhalb des Medians liegt jeweils die Hälfte der Werte. <sup>19</sup>                                                                 |          |              |
| **Die Standardabweichung ist ein Maß für die Streubreite der Werte eines Merkmals rund um dessen Mittelwert. Die Standardabweichung ist die durchschnittliche Entfernung aller gemessenen Ausprägungen eines Merkmals vom Mittelwert. <sup>20</sup> |          |              |

<sup>18</sup> Die Quelle der Daten zu den Volumina der Fonds und Anteilsklassen ist eine Fondsplattform zum Stand Januar 2026. Dies bedeutet, dass sich die Fondsvolumina nicht zwingend auf den gleichen Stichtag beziehen.

<sup>19</sup> Die Definition stammt von [DESTATIS](#).

<sup>20</sup> Die Definition stammt von [statista](#).

Es zeigte sich, dass die Mehrheit der betrachteten Fonds bzw. Anteilklassen eher kleinere Volumina auf sich vereinen: Rund die Hälfte weist ein Volumen von weniger als 55 Millionen Euro auf. Gleichwohl existieren auch mehrere größere Fonds mit Spendenkomponente. So verfügen insgesamt drei Fonds über ein Volumen von mehr als einer Milliarde Euro, während das Volumen von 14 der 36 Fonds bzw. Anteilklassen 100 Millionen Euro oder mehr umfasst. Diese Spannweite spiegelt sich auch in der vergleichsweise hohen Standardabweichung von über 400 Millionen Euro wider, die auf eine ausgeprägte Heterogenität der Fonds bzw. Anteilklassen hinsichtlich ihres Volumens hinweist.

## 4.2 Spenden-Modelle

Die Analyse der Fonds mit Spendenkomponente zeigte, dass folgende Modelle unterschieden werden können:<sup>21</sup>

Tabelle 2: Modelle bei Fonds mit Spendenkomponente

|                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Gebühren-Modell</b></p> <p>Ein Betrag, gemessen als Anteil der Verwaltungsgebühr, fließt gemeinnützigen Zwecken zu.</p>                                                                 | <p><b>Volumen-Modell</b></p> <p>Ein Betrag, gemessen als Anteil des Fondsvolumens, fließt gemeinnützigen Zwecken zu.</p>                                                                            |
| <p><b>Performance-Modell</b></p> <p>Ein Betrag, gemessen als Anteil der Performance-Fee, fließt gemeinnützigen Zwecken zu. Gelder fließen nur dann, wenn die Performance-Fee fällig wird.</p> | <p><b>Ertrags-Modell</b></p> <p>Anlegerinnen und Anleger wählen, ob sie ganz oder teilweise auf ihre Erträge verzichten, damit ein Betrag in dieser Höhe gemeinnützigen Zwecken zufließen kann.</p> |

Bei allen vier Modellen ist zu betonen, dass die jeweiligen Kategorien – Verwaltungsgebühren, Fondsvolumina, Performance-Fees oder Erträge – nicht primär die Herkunft der Gelder anzeigen, sondern vielmehr die Größe bestimmen, auf deren Basis das jeweilige Spendenvolumen ermittelt wird. Dies ist allein deshalb wichtig, weil keinem Euro, US-Dollar oder Schweizer Franken ein Hinweis anhaftet, der ausweist, ob er aus Verwaltungsgebühren oder aus Erträgen wie Zinsen oder Dividenden stammt.

Beim Volumen-Modell kommt ein rechtlicher Aspekt hinzu: Fonds sind Sondervermögen. Daher darf der Anbieter das Geld ausschließlich für die Anlage im Fonds verwenden, nicht aber für eigene oder wohltätige Zwecke. Entnommen werden dürfen lediglich laufende Fondsgebühren. Aus diesem Grund haben wir bei den Modell-Beschreibungen darauf geachtet, die Kategorien als Bezugsgrößen für die Berechnung der Spendenvolumina zu beschreiben.

<sup>21</sup> Wir haben uns bei der Identifikation der Modelle auf eher technische Aspekte der Umsetzung konzentriert. Sicher könnten auch nach anderen Gesichtspunkten Modelle abgeleitet werden. Als Beispiele sind unterschiedliche Motive für die Spendenkomponente, etwa Impact, zu nennen oder auch die von den Spenden profitierenden Themen und/oder Organisationen. Ein weiterer Unterscheidungsaspekt könnte die institutionelle Verankerung sein. So sind an einigen Fonds mit Spendenkomponente gemeinnützige Organisationen beteiligt und einzelne Fondsanbieter verfügen über eigene Stiftungen.

Darüber hinaus gibt es Besonderheiten der Modelle sowie Überschneidungen. Vor allem das Volumen- und das Gebühren-Modell liegen nah beieinander, da die Verwaltungsgebühren in der Regel als Prozentsatz des Fondsvolumens ausgewiesen werden. Dennoch wurde entschieden, beide als separate Modelle zu behandeln. Der Hauptgrund dafür ist, dass beim Volumen-Modell auch Eigenanlagen des Anbieters, etwa in Form von Seed Capital, enthalten sein können, auf die keine Gebühren entfallen. Dadurch kann bei gleichen Anteilsangaben das Spendenaufkommen im Volumen-Modell in der Praxis höher ausfallen als beim Gebühren-Modell. Zudem lösen das Volumen- und das Gebühren-Modell bei Menschen unterschiedliche Assoziationen aus (mehr dazu unter [Erkenntnisse aus den Fachinterviews](#)).

Das Performance-Modell kann als Unterform des Gebühren-Modells betrachtet werden. Wir führen es jedoch als eigenständige Kategorie, weil die Performance Fee unabhängig von der laufenden Verwaltungsgebühr erhoben wird. Zudem wird das Performance-Modell als dauerhafter und regelbasierter Bestandteil des Fonds gewertet, auch wenn es theoretisch möglich ist, dass aufgrund ausbleibender Performance der Spendenfall nie eintritt.

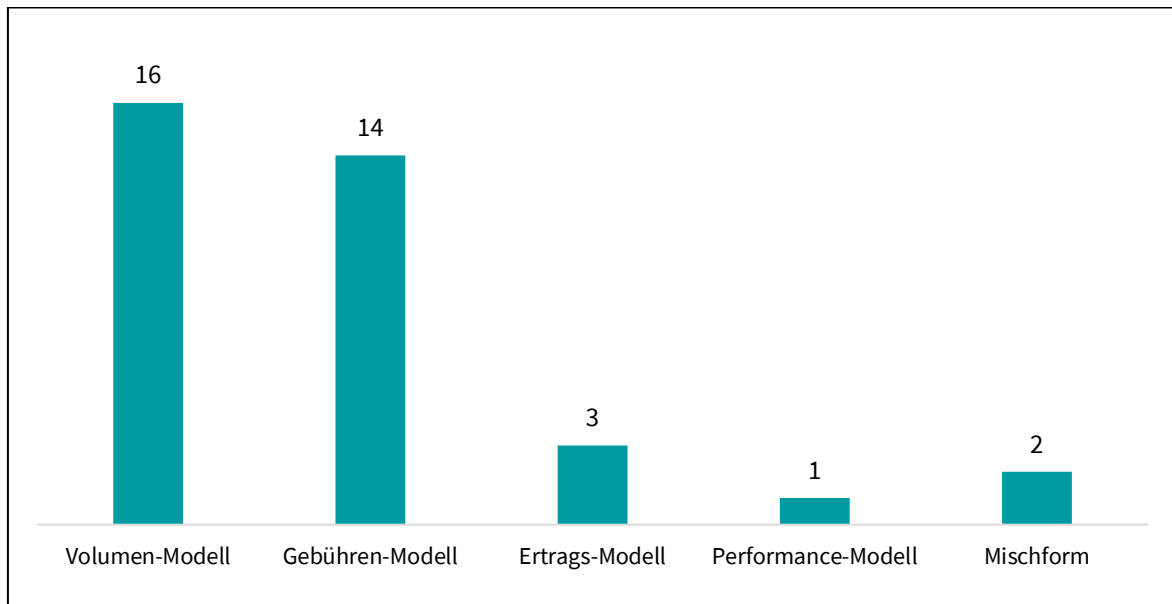
Eine Besonderheit des Ertrags-Modells besteht darin, dass es in der Praxis – unter anderem aus verwaltungstechnischen und vermutlich auch aus rechtlichen Gründen – ausnahmslos optional ist. Dies stellt einen wesentlichen Unterschied zu den anderen Modellen dar. Allerdings gibt es eine Wahlmöglichkeit bei den anderen Spenden-Modellen in den Fällen, wenn sich die Spendenkomponente nicht auf den gesamten Fonds, sondern ausschließlich auf eine oder mehrere Anteilsklassen bezieht.

Ein weiterer Unterschied zwischen dem Ertrags-Modell und den anderen Modellen besteht darin, dass bei diesem eindeutig ist, wer die Spendenlast trägt – nämlich die Investierenden. Allerdings kommt es in der Praxis auch beim Volumen-Modell vor, dass dort angegeben ist, wie viel die Investierenden zum Spendenvolumen beitragen. Grundsätzlich aber ist die Frage, wer letztendlich faktisch die zusätzlichen finanziellen Lasten trägt und ob diese überhaupt anfallen, keineswegs so leicht zu beantworten, wie es auf den ersten Blick erscheinen mag (mehr dazu unter [Erkenntnisse aus den Fachinterviews](#)).

### 4.3 Details zu den Spenden-Modellen

Die Analyse zeigt, dass das Volumen-Modell mit 16 Fonds am weitesten verbreitet ist. Auf Platz zwei folgt das Gebühren-Modell. Es findet bei 14 Fonds Anwendung. Auf das Ertrags-Modell entfallen lediglich drei Fonds und nur ein Fonds nutzt das Performance-Modell, bei dem die Spendenhöhe an die Performance-Fee gekoppelt ist. Darüber hinaus existieren zwei Misch-Modelle. Bei einem werden Elemente des Gebühren- und des Ertrags-Modells miteinander kombiniert und bei dem anderen das Gebühren- und das Performance-Modell.

Abbildung f: Spenden-Modell (Anzahl Fonds)



Obwohl das Gebühren-Modell auf Platz zwei rangiert, vereint es doch mit 4,6 Milliarden Euro mehr als die Hälfte des Volumens auf sich. Auf das Volumen-Modell entfallen 2,2 Milliarden Euro und auf das Ertrags-Modell 1,5 Milliarden Euro. Die Fonds der zuletzt genannten Kategorie sind damit durchschnittlich relativ groß.

Tabelle 3: Volumina nach Spenden-Modell

| Spenden-Modell                     | Fonds     | Mio. Euro       |
|------------------------------------|-----------|-----------------|
| Gebühren-Modell                    | 14        | 4.613,34        |
| Volumen-Modell                     | 16        | 2.173,27        |
| Ertrags-Modell                     | 3         | 1.484,27        |
| Performance-Modell und Mischformen | 3         | 30,50           |
| <b>Summe</b>                       | <b>36</b> | <b>8.301,38</b> |

Beim Volumen-Modell liegen für 14 der 16 Fonds bzw. Anteilsklassen Informationen zum Spendenanteil vor. Im Mittel beträgt dieser knapp 0,13 Prozent, mit einem Maximum von 2 Prozent und einem Minimum von 0,01 Prozent. Da beim Volumen-Modell die Höhe des Spendenanteils bei einigen Fonds je nach Anteilsklasse variiert, wurde die Auswertung auf Ebene der Fonds beziehungsweise – sofern relevant – der jeweiligen Anteilsklassen vorgenommen. Insgesamt wurden dabei 21 Fonds bzw. Anteilsklassen berücksichtigt.

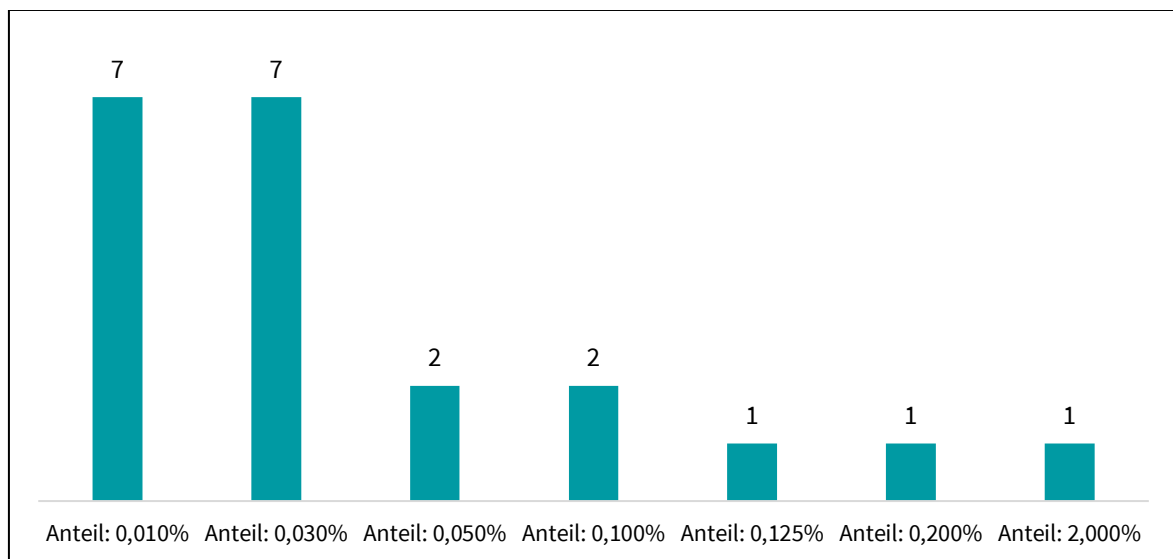
Wird der durchschnittliche Spendenanteil von knapp 0,14 Prozent mit dem Volumen der Fonds bzw. Anteilsklassen multipliziert, für die entsprechende Angaben zu den Anteilen vorliegen, ergibt sich ein Spendenvolumen von knapp 1,9 Millionen Euro. Werden jedoch die individuellen Spendenanteile der jeweiligen Fonds oder Anteilsklassen mit deren Volumina multipliziert, ergibt sich ein Spendenvolumen von etwa 883.000 Euro. Die Differenz zwischen beiden Berechnungen verdeutlicht, dass bei Fonds oder Anteilsklassen mit höheren Volumina die relativen Spendenanteile tendenziell geringer ausfallen.

Tabelle 4: Volumen-Modell: Höhe des Anteils für Spendenzwecke

| Informationen zur Höhe des Anteils                            | Wert      | Einheit   |
|---------------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Angaben zur Höhe des Anteils                                  | 14 von 16 | Fonds     |
| Volumen aller Fonds/Anteilsklassen                            | 2.173,27  | Mio. Euro |
| Volumen der 14 Fonds/21 Anteilsklassen                        | 1.432,12  | Mio. Euro |
| Mittelwert der Höhe des Anteils                               | 0,1312    | Prozent   |
| Höchster Anteil                                               | 2,0000    | Prozent   |
| Niedrigster Anteil                                            | 0,0100    | Prozent   |
| Theoretisches Spendenvolumen (Mittelwert)                     | 1.878.941 | Euro      |
| Theoretisches Spendenvolumen nach realen Fonds/Anteilsklassen | 883.307   | Euro      |

Beim Volumen-Modell zeigt sich darüber hinaus, dass die Mehrheit der Fonds bzw. Anteilsklassen Spendenanteile zwischen 0,01 und 0,03 Prozent (ein bis drei Basispunkte) aufweist.

Abbildung g: Höhe des Anteils beim Volumen-Modell (Anzahl Fonds/Anteilsklassen)



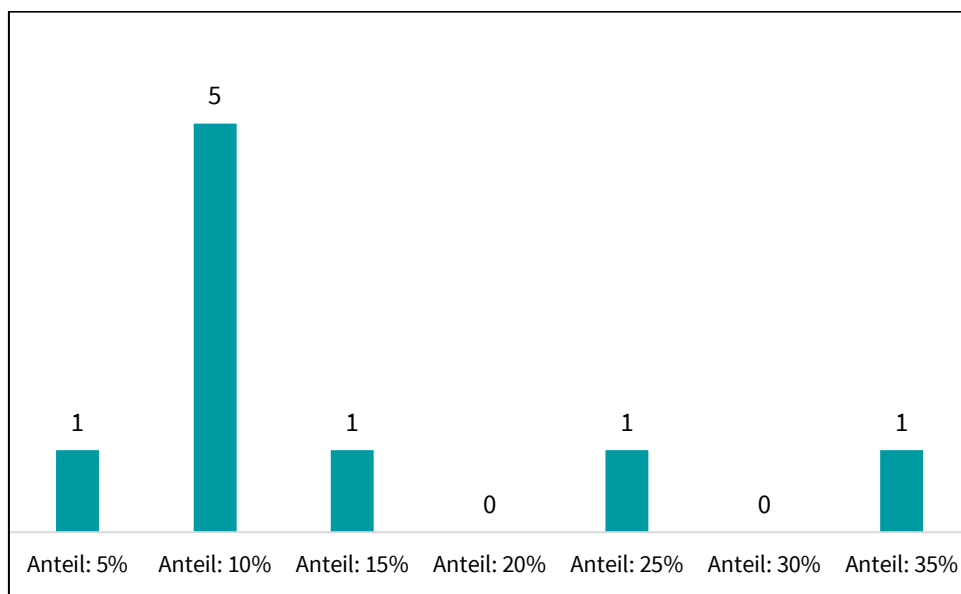
Spezifische Angaben zum Gebühren-Modell liegen für 9 der insgesamt 14 Fonds bzw. Anteilsklassen vor. Bei diesen ist ausgewiesen, welcher Anteil der Gebühren in Spendenzwecke fließt. Im Mittel beträgt dieser Anteil 14,45 Prozent, bei einem Minimum von 5 Prozent und einem Maximum von 35 Prozent.

Tabelle 5: Gebühren-Modell: Höhe des Anteils für Spendenzwecke

| Informationen zur Höhe des Anteils  | Wert     | Einheit   |
|-------------------------------------|----------|-----------|
| Angaben zur Höhe des Anteils        | 9 von 14 | Fonds     |
| Volumen der 14 Fonds/Anteilsklassen | 4.613,34 | Mio. Euro |
| Volumen der 9 Fonds/Anteilsklassen  | 2.435,75 | Mio. Euro |
| Mittelwert der Höhe des Anteils     | 14,45    | Prozent   |
| Höchster Anteil                     | 35,00    | Prozent   |
| Niedrigster Anteil                  | 5,00     | Prozent   |

Am häufigsten beträgt der Spendenanteil bei den Fonds mit Gebühren-Modell zehn Prozent, was auf fünf Fonds zutrifft.

Abbildung h: Höhe des Anteils beim Gebühren-Modell (Anzahl Fonds)



Für das Ertrags-Modell liegen keine Daten darüber vor, wie häufig Anlegerinnen und Anleger diese Option wählen. Für das Verständnis dieses Modells ist wichtig, dass es vergleichsweise aufwendig in der Verwaltung ist: Die Spendenoption muss bei allen Investierenden abgefragt, erfasst und umgesetzt werden. Zudem ist die Abfrage in der Regel nur bei jenen Anlegerinnen und Anlegern möglich, die den Fonds direkt über ein Depot des Anbieters halten.

## 4.4 Spenden: Höhe, Zwecke und Organisationen

Bei den 36 Fonds mit Spendenkomponente konnten wir nicht in allen Fällen die tatsächlich ausgezahlten Spendenvolumina ermitteln. Dabei wurde zwischen dem Spendenvolumen seit Auflage der Spendenkomponente und der letzten Spendenauszahlung unterschieden, die in der Regel jährlich erfolgt, sich jedoch auch auf andere Zeiträume, zum Beispiel Monate oder Quartale, beziehen kann. Auch das Spendenvolumen seit Auflage wird sich in der Regel auf un-

terschiedliche Zeiträume beziehen. Die Daten sind daher nicht untereinander vergleichbar, geben aber einen Eindruck, welche Volumina in einem kurzfristigeren und einem langfristigeren Betrachtungszeitraum gespendet wurden.

Häufig erhielten wir zudem die Information, dass die Spenden laufend oder anlassbezogen ausbezahlt werden. Gerade beim Volumen-Modell ist es aber wichtig, einen Bezugszeitraum zu kennen. Schließlich ist es ein fundamentaler Unterschied für die resultierende Spendenhöhe, ob ein bestimmter Anteil gemessen am Fondsvolumen beispielsweise monatlich oder jährlich ausbezahlt wird.

Angaben zum Spendenvolumen seit Auflage der Spendenkomponente lagen für drei Viertel der Fonds vor. Für diese Fonds beläuft sich das kumulierte Spendenvolumen auf knapp 27,9 Millionen Euro. Daten zur letzten Auszahlung standen für nahezu 70 Prozent der Fonds zur Verfügung; das dabei ermittelte Spendenvolumen beträgt 4,8 Millionen Euro.

Tabelle 6: Gespendete Volumina

| Bezugszeitraum                     | Datenverfügbarkeit | Volumen in Euro |
|------------------------------------|--------------------|-----------------|
| Seit Auflage der Spendenkomponente | 27 Fonds (75 %)    | 27.866.496      |
| Letzte Auszahlung                  | 25 Fonds (70 %)    | 4.779.952       |

Die Spenden der Fonds kommen sehr unterschiedlichen Zwecken zugute. Für alle Fonds konnten entsprechende Informationen erfasst werden. Da der Detailgrad der Angaben zu den Spendenzwecken stark variiert – von sehr ausführlich bis eher knapp – ist eine statistische Auswertung nur eingeschränkt möglich. Um dennoch einen Überblick zu geben, haben wir eine Wordcloud erstellt: Wörter, die größer dargestellt sind, stehen für Spendenzwecke, die von den Anbietern häufiger genannt werden. Besonders ins Gewicht fallen die Themen Bildung, Kinder sowie die Sustainable Development Goals (SDGs), aber auch Umweltthemen wie Biodiversität und Klimaschutz spielen eine bedeutende Rolle.

Abbildung i: Wordcloud Spendenzwecke



Mit den Spendenzwecken sind stets auch Organisationen verknüpft, welche die Mittel an entsprechende Projekte weiterleiten. Bei einigen Fonds stehen die Spendenzwecke im Vordergrund: Die Mittel fließen in unterschiedliche und auch kleinere Initiativen, die in teils aufwendigeren Prozessen ausgewählt werden und beispielsweise Projekte in Bereichen wie Klimaschutz oder Krebsbekämpfung unterstützen. Einige Fondsanbieter nutzen hierfür eigene Stiftungen.

Bei anderen Fonds mit Spendenkomponente liegt der Fokus weniger auf den konkreten Spendenzwecken, sondern auf größeren, bekannten gemeinnützigen Organisationen, die selbst bestimmte Themen wie die Förderung von Kindern oder den Umweltschutz abdecken. Zu diesen bekannten Empfängern zählen unter anderem die Kindernothilfe, SOS-Kinderdörfer weltweit, UNICEF und der WWF.

## 5 Portale und Siegel

### 5.1 Portale

Gibt es Portale für (nachhaltige) Fonds, welche die Möglichkeit bieten, Fonds mit Spendenkomponente über Abfragemasken bzw. als Filterkriterium abzufragen? Um dies herauszufinden, untersuchten wir 15 Fondsportale<sup>22</sup> und fragten ergänzend via E-Mail nach, um unsere Erkenntnisse zu verifizieren. Elf Fondsportale beteiligten sich an der Umfrage.

Das Ergebnis der Recherche und der Umfrage ist, dass keines dieser Fondsportale eine Spendenkomponente als Kriterium oder Auswahlmöglichkeit in der Suchmaske anbietet. Hervorzuheben ist aber das Portal MyFairMoney.<sup>23</sup> Dieses führt die Spendenkomponente unter dem Namen *Income-sharing* als nachhaltige Anlagestrategie im englischsprachigen Glossar auf (mehr in [Tabelle 9: Definitionen](#)).

### 5.2 Siegel

Eine ergänzende Frage dieser Studie war, ob eine Spendenkomponente bei Fonds unter europäischen Siegeln für nachhaltige Geldanlagen Berücksichtigung findet. Neben einer Recherche führten wir hierzu eine Umfrage unter den relevanten Siegeln durch. Die Antwortquote betrug 100 Prozent.

Die Recherche und die Umfrage ergaben, dass die Mehrzahl keine Spendenkomponente berücksichtigt. Dies gilt für die Familie des LuxFLAG-Siegel, das Nordic Swan Label der skandinavischen Länder, das Österreichische Umweltzeichen (UZ 49), das gewerkschaftlich geprägte französische CIES Label sowie die französischen staatlichen Siegel Label ISR und Greenfin Label.

Auch das belgische Siegel Towards Sustainability berücksichtigt in seiner Methodik keine Spendenkomponente. Allerdings anerkennt es Spendenkomponenten unter dem Namen *Charity or solidarity* explizit als nachhaltige Anlagestrategie. Dies ist bemerkenswert, weil andere betonen, zum Beispiel das IFZ an der Hochschule Luzern (siehe [Tabelle 9: Definitionen](#)), es handele sich

---

<sup>22</sup> Dies waren: Cleanvest, ECOreporter, extraETF, Faire Fonds, finanzen.net, Finanzfluss, FNG-Nachhaltigkeitsprofile, Fonds professionell, FondsFinder von Stiftung Warentest, fondsweb, JustETF, Morningstar, MyFairMoney, OnVista, Scope Explorer.

<sup>23</sup> Unter [www.myfairmoney.eu](http://www.myfairmoney.eu) abrufbar.

bei der Spendenkomponente gerade nicht um eine Anlagestrategie im eigentlichen Sinne. Finanzprodukte mit dem Towards-Sustainability-Siegel stellen auf der Webseite des Siegel-Anbieters eine sogenannte Sustainability ID<sup>24</sup> zur Verfügung. Dort können auch Informationen zu *Charity or solidarity* bereitgestellt werden.

Das deutsche ECOreporter-Siegel berücksichtigt eine Spendenkomponente bei Finanzprodukten nicht als festes Kriterium. Es kann aber in die Bewertung einfließen.

Das FNG-Siegel für nachhaltige Investmentfonds und ähnliche Produkte nahm eine Spendenkomponente 2025 als Kriterium in seine Verfahrensbedingungen im Bewertungsbereich *Product Governance* auf. Dort zählt es zu einem von sechs Kriterien. Auf Product Governance entfallen zehn Prozent der Punkte, die im Stufenmodell erworben werden können, um ein bis drei zusätzliche Sterne zu erhalten. Die Spendenkomponente ist damit kein Mindestkriterium.

Konkret verlangt das FNG-Siegel beim Kriterium zur Spendenkomponente, dass die Bewerber

*einen Teil ihrer Fondseinnahmen für Projekte, die einen positiven Beitrag zu Nachhaltigkeitszielen leisten, nutzen. Entscheidend ist, ob mit einem Teil der Einnahmen – bspw. Anteil der Management- oder Performance-Gebühr – des sich bewerbenden Produkts Projekte mit positivem ökologischem oder sozialem Impact gefördert werden.*<sup>25</sup>

Das einzige Siegel, das eine Spendenkomponente bei Finanzprodukten explizit berücksichtigt, ist das französische Finansol-Label. Es wird von einem unabhängigen Komitee vergeben und von FAIR koordiniert. Der Verband FAIR hat sich der Förderung eines sozialen und solidarischen Finanzsektors und des Impact Investments verschrieben. Zugleich unterstützt er Anlegerinnen und Anleger dabei, ihr Potenzial zur Förderung einer gerechteren Gesellschaft zu erkennen und zu nutzen.

Das Finansol-Label wird an Finanzprodukte vergeben, die auf zwei zentralen Mechanismen beruhen: der Finanzierung von Aktivitäten mit sozialer oder ökologischer Wirkung und/oder der Weitergabe eines Teils der Rendite in Form von Spenden (so genannte *Interest-Sharing Products*). Beide Ansätze unterliegen gemeinsamen Kriterien hinsichtlich der sozialen Wirkung und der Transparenz des Finanzprodukts.<sup>26</sup>

Bei den Interest-Sharing Products müssen die durch die Ersparnisse oder die Verwaltung des Produkts erzielten Einnahmen ganz oder teilweise an Einrichtungen weitergegeben werden, die sich für soziale Zwecke engagieren. Der Anteil muss unabhängig davon, ob es sich um Erträge aus Sparprodukten oder die Verwaltungsgebühren von Fonds handelt, mindestens 25 Prozent betragen. Auch detaillierte Angaben zu den Organisationen, die von den Spenden profitieren, sind erforderlich.<sup>27</sup>

**Tabelle 10: Siegel und die Berücksichtigung von Spendenkomponenten** fasst die Ergebnisse der Umfrage und Recherche zu europäischen Siegeln für nachhaltige Geldanlagen zusammen.

---

<sup>24</sup> Die Sustainability IDs sind abrufbar unter <https://towardsustainability.be/products>.

<sup>25</sup> FIRST et al. (2025), Seite 30f.

<sup>26</sup> FAIR (2023), Seite 14f.

<sup>27</sup> Ebenda.

## 6 Erkenntnisse aus den Fachinterviews

Wir führten 15 Interviews, zu denen 16 Expertinnen und Experten beitrugen (siehe [Tabelle 8: Liste der interviewten Fachleute](#)). Ziel war es, zusätzliche Informationen zu Fonds mit Spendenkomponente zu erhalten und unterschiedliche Perspektiven auf das Thema kennenzulernen. Die Interviews decken Expertise aus den folgenden Bereichen ab, wobei einige Fachleute mehreren Bereichen zugeordnet sind und transparent gemacht wird, wie viele Anbieter von Fonds mit Spendenkomponente jeweils beteiligt waren:

Tabelle 7: Expertise-Bereiche der interviewten Fachleute

| Bereiche                                                         | Anzahl Fachleute        |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Finanzberatung und Kundenbetreuung                               | 3 (darunter 2 Anbieter) |
| Marketing und Kommunikation                                      | 1 (darunter 1 Anbieter) |
| Produkte und Produktentwicklung                                  | 3 (darunter 3 Anbieter) |
| Siegel und Portale                                               | 4 (darunter 0 Anbieter) |
| Verbraucherschutz                                                | 2 (darunter 0 Anbieter) |
| Wissenschaft                                                     | 2 (darunter 0 Anbieter) |
| Sonstiges (Asset Management, Consulting, Verband, Philanthropie) | 5 (darunter 2 Anbieter) |

Der Inhalt der Interviews umfasste die folgenden Themenbereiche, zwischen denen es auch Überschneidungen gibt:

### Thematische Kategorien

- Beratung und Kommunikation
- Forschungsstand
- Kosten und Nutzen
- Motive der Fondsanbieter
- Nachfrage
- Portale, Siegel und Regulierung
- Relevanz und Potenziale
- Spenden
- Transparenz und Qualität
- Wirkung/Impact
- Zielgruppen
- Sonstiges

Die nachfolgende Darstellung der Interviewinhalte erfolgt themenbereichsbezogen und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit im Sinne einer lückenlosen Wiedergabe sämtlicher geäußelter Einschätzungen. Aus Gründen der Pseudonymisierung wurden die Interviews fortlaufend nummeriert (I1–I15). Sofern der jeweilige Hintergrund der Interviewten für das Verständnis ein-

zelter Aussagen von Bedeutung ist, wird dieser jedoch transparent dargestellt und dann zugleich auf eine Zuordnung zu konkreten Interviewnummern verzichtet. Auf diese Weise wird gewährleistet, dass keine Rückschlüsse auf einzelne Personen möglich sind.

## 6.1 Beratung und Kommunikation

In der Finanzberatung selbst spielen Spendenkomponenten bei Fonds kaum eine Rolle (I4). Aus Verbraucherschutzperspektive ist dies richtig und begrüßenswert. Denn andernfalls drohe die Gefahr, dass die zentralen Fondaspekte, insbesondere finanzielle Kennzahlen und in Abhängigkeit von den individuellen Präferenzen auch Nachhaltigkeitsaspekte, in den Hintergrund treten oder sogar überlagert werden. Wichtig sei, dass eine Spendenkomponente in der Finanzberatung nicht dazu missbraucht werde, den Investierenden Produkte zu verkaufen, die sie gar nicht wollen. Die Kommunikation zur Spendenkomponente soll daher aus einer Verbraucherschutzperspektive zurückhaltend ausfallen.

Anbieter wiederum verweisen darauf, dass viele, die in Fonds mit Spendenkomponente investiert sind, sich dessen gar nicht bewusst sind. Dies gelte, obwohl dazu gut zugänglich öffentliche Informationen verfügbar seien.

Bemerkenswert ist zudem, welche Wirkungen die verschiedenen Spenden-Modelle hervorrufen (siehe [Spenden-Modelle](#)). So wird aus Finanzberatungsperspektive das Ertrags-Modell insbesondere wegen der damit verbundenen Wahlmöglichkeit positiv bewertet. Aus Anbieterperspektive wird hierbei jedoch auf den damit verbundenen hohen administrativen Aufwand verwiesen. Besonders positiv fällt zudem die Bewertung des Volumen-Modells aus (I3 und I5). Dieses suggeriert offenbar, dass die Spende nicht mit den Gebühren zusammenhängt, obwohl Spendenzahlungen in allen Fällen letztlich auf die eine oder andere Weise finanziert werden müssen.

In I5 wird darüber hinaus die Meinung vertreten, dass Fonds mit Spendenkomponente in der Außenwirkung möglicherweise den häufig herrschenden Eindruck verstärken könnten, nachhaltige Geldanlagen seien finanziell nicht profitabel. Eine ähnliche Befürchtung wird in I11 geäußert. Zwar hätten Studien<sup>28</sup> das Vorurteil ausgeräumt, dass nachhaltige Fonds teurer seien. In der Außenwahrnehmung könnten Fonds mit Spendenkomponente diesem Vorurteil jedoch wieder Auftrieb geben. Im Gegensatz dazu denken andere, dass Fonds mit Spendenkomponente gerade einen Beitrag dazu leisten, Vorurteile gegenüber nachhaltigen Investments – insbesondere mit Blick auf deren Wirkungspotenzial – abzubauen (I10).

Ein weiterer Aspekt, der die Kommunikation betrifft, sind die Assoziationen, die das Wort *Spende* hervorruft. Während in den meisten Fällen von einer positiven Konnotation ausgegangen werden kann, gibt es Menschen, die Spenden als etwas Hierarchisches und Gönnerhaftes empfinden (I5). Organisationen oder Individuen würden dadurch in die Rolle von Empfängenden gedrängt und der Respekt vor den Fähigkeiten grundsätzlich aller Menschen, positive Beiträge für die Gesellschaft leisten zu können, gerate in den Hintergrund. Alternativ solle daher eher von Förderung oder Hilfe zur Selbstermächtigung gesprochen werden.

---

<sup>28</sup> Beispielsweise fand die ESMA (2023) heraus, dass die laufenden Kosten von ESG-Fonds niedriger oder ähnlich hoch ausfallen wie die laufenden Kosten ihrer konventionellen Pendanten.

## 6.2 Forschungsstand

Keiner der Interviewten konnte Literatur zu Fonds mit Spendenkomponente nennen. Es gab einen Verweis auf einige wenige angelsächsische Forschungen, die aber nicht konkret benannt wurden (I12). Laut I8 gibt es ausschließlich punktuelle Informationen zu einzelnen Produkten. In I9 wird gesagt, das Thema sei bislang ausschließlich aus der Praxis bekannt.

## 6.3 Kosten und Nutzen

Es ist klar, dass von einer Spendenkomponente bei Fonds unmittelbar die Projekte und Organisationen profitieren, welche die Gelder erhalten. Wer darüber hinaus einen Nutzen aus einer Spendenkomponente zieht und wer die Kosten trägt, ist schwieriger zu beantworten.

Zunächst ist beim Ertrags-Modell unmittelbar ersichtlich, dass die zusätzlichen Kosten von den Anlegerinnen und Anlegern getragen werden. Zudem wird bei einzelnen Fonds offen kommuniziert, welcher Anteil an der Spende auf die Investierenden entfällt und welcher von den Anbietern finanziert wird. Damit ist jedoch nicht die Frage beantwortet, wer vor dem Hintergrund von Preisbildungen und unterschiedlich ausgestalteten Spielräumen, Kosten auf Anlegerinnen und Anleger zu überwälzen, tatsächlich die zusätzlichen Kosten trägt und ob überhaupt zwingend zusätzliche Kosten entstehen.

Denn es ist beispielsweise denkbar, dass eine Spendenkomponente bei Fonds zu Mittelzuflüssen führt, welche die Kosten für die Spende überkompensieren (I9). Die Spendenkomponente wäre dann ein Input zur Gewinnmaximierung wie Marketing oder Personal. Anbieter hingegen verweisen darauf, dass sie die Spendenzahlungen tatsächlich selbst tragen und dafür geringere Gewinne in Kauf nehmen. Diese Erklärung wird beispielsweise in I3 als glaubhaft akzeptiert. Zudem zeigt sich laut I3, dass gerade die teuersten Fonds nicht über eine Spendenkomponente verfügen. Hinzu komme außerdem, dass in den letzten Jahren wegen des Preisdrucks durch ETFs die Gebühren für Fonds gesunken seien. Dies kann als Beleg gedeutet werden, dass zusätzliche Kosten, ob aufgrund von Spenden oder anderen Aspekten, im aktuellen Umfeld nur schwerlich auf Investierende überwälzt werden können.

In I3 wird außerdem die Auffassung vertreten, dass es besser sei, wenn auf Unternehmensebene und aus dem Firmengewinn gespendet wird. Spenden sollten nicht die Performance des Fonds schmälern, was beispielsweise der Fall sein könne, wenn die Spende an eine Performance-Fee geknüpft sei. Die Frage, wie und ob sich Spenden auf Unternehmensebene im Vergleich zu Spenden, die an Finanzprodukte geknüpft sind, auf die Preisbildung von Fondsanbietern auswirken, ist damit nicht beantwortet. Denn auch im Falle einer Unternehmensspende muss die Spende in irgendeiner Form durch Einnahmen finanziert werden.

In I14 wird unterstrichen, dass Spenden in der Finanzbranche stark verbreitet sind. Wenn eine Spendenkomponente bei Fonds dazu führe, dass Marketing-Budgets in gemeinnützige Projekte anstatt in Werbeanzeigen fließen, sei dies zu begrüßen.

In I8 wird vermutet, dass die meisten Finanzmarktakteure sich dafür entscheiden, auf Unternehmensebene zu spenden. Aber auch bei einer Spendenkomponente, die beispielsweise an Fonds geknüpft wird, sei ein positiver Image-Effekt auf das gesamte Unternehmen und damit auch auf Produkte ohne Spendenkomponente zu erwarten. Laut I9 stellt sich zudem die Frage, wer für den Reputationsgewinn durch die Spende zahlt und wem die Reputation nützt. Den An-

gaben aus I9 zufolge ist es aber sehr wahrscheinlich, dass institutionelle Investoren einen höheren Reputationsgewinn einstreichen können, wenn sie selbst und nicht über ein Finanzprodukt spenden.

## 6.4 Motive der Fondsanbieter

Für die Studie führten wir Interviews mit sieben Vertreterinnen und Vertretern von insgesamt vier Anbietern von Fonds mit Spendenkomponente. Die Gespräche brachten mehrere Gemeinsamkeiten zutage. So berichteten die Anbieter, dass eine Spendenkomponente bei Produktentwicklungen in der Regel nicht den Ausgangspunkt darstellt. Es heiße nicht etwa: „Lasst uns doch mal einen Fonds mit Spendenkomponente entwickeln.“ Vielmehr komme die Spendenkomponente meist am Ende eines längeren Entwicklungsprozesses als zusätzliches Element hinzu.

Darüber hinaus betonten die Anbieter übereinstimmend, dass die Solidität des Fonds – sowohl in finanzieller als auch in nachhaltiger Hinsicht – zentral sei und stets an erster Stelle stehen müsse. Eine Spendenkomponente ändere daran nichts.

Die Motive für die Einführung einer Spendenkomponente bei Fonds sowie die dahinterstehenden Entstehungsgeschichten sind hingegen sehr unterschiedlich. Bei einem Anbieter ging der Impuls von der Politik aus: Im Rahmen einer großen Veranstaltung wurden Finanzmarktakteure dazu aufgerufen, einen Beitrag zur Mobilisierung privaten Kapitals für gemeinnützige Zwecke zu leisten. In der Folge führte der Anbieter bei einem seiner Fonds eine Spendenkomponente ein, aus der seither regelmäßig Mittel in gemeinnützige Projekte fließen.

Bei einem anderen Anbieter entstand die Spendenkomponente aus dem Bestreben heraus, das gemeinnützige Engagement im Sinne der nachhaltigen Unternehmensausrichtung systematisch zu verankern. Der Anbieter spendete zuvor bereits viele Jahre für Projekte und ermöglichte darüber hinaus seinen Mitarbeitenden, sich für diese und weitere Projekte zu engagieren. Mit der Einführung einer Spendenkomponente sollten verlässliche, von der Marktlage unabhängige Spendenströme etabliert werden. Ergänzend dazu werden jährlich weitere Spenden nach Ermessen bereitgestellt. Die geförderten Projekte sind dabei auf die thematischen Ausrichtungen der Fonds mit Spendenkomponente abgestimmt.

Bei weiteren zwei Anbietern steht das Thema Impact im Vordergrund. Bei einem ist der Ausgangspunkt für die Produktentwicklung stets ein Nachhaltigkeitsthema, das es zu fördern gilt. Hierbei kann am Ende eines Prozesses eine Spendenkomponente hinzukommen. Dies wird aber nur dann der Fall sein, wenn dies für das entsprechende Thema konkret sinnvoll ist. Folglich ist es bei diesem Anbieter von zwingender Notwendigkeit, dass Fondsthema und die Projekte oder Organisationen, die von den Spenden profitieren, miteinander in Einklang stehen bzw. sich gegenseitig verstärken.

Der zweite Anbieter führte die Spendenkomponente vor dem Hintergrund einer kritischen Reflexion des Wirkungspotenzials von Sekundärmarkt-Investments ein. Dieses ist dort – beispielsweise im Vergleich zu direkten Sachinvestitionen – schwächer oder zumindest eher indirekt ausgeprägt. Somit entstand die Idee, nachhaltige Fonds im liquiden Bereich durch eine direkte Wirkungskomponente mittels Spenden zu ergänzen. Dieser Ansatz erfordert nicht notwendigerweise, dass die Spenden und der Fonds das gleiche Thema fördern müssen – wenn auch dieser Aspekt dort aktuell diskutiert wird.

## 6.5 Nachfrage

Die Nachfrage nach Fonds mit Spendenkomponente ist eng mit dem Thema Zielgruppen verknüpft (siehe [Zielgruppen](#)), stellt jedoch zugleich einen eigenständigen Aspekt dar. In den Interviews zeigte sich hierzu ein differenziertes und teilweise widersprüchliches Bild.

Mehrere interviewte Anbieter berichteten von vorhandenem Interesse und einer grundsätzlich positiven Aufnahme entsprechender Fonds. Die Spendenkomponente habe sich „als wichtiger Faktor“ erwiesen. Mit ihr könne eine zusätzliche Wirkung generiert werden, und Impact sei vielen Anlegerinnen und Anlegern ein wichtiges Anliegen. Auch vor dem Hintergrund eines ESG-Backlash bleibe die Spendenkomponente relevant und stoße insbesondere im Retail-Segment<sup>29</sup> auf positive Resonanz.

Gleichzeitig wurde jedoch darauf hingewiesen, dass Investierende das Thema in der Regel nicht von sich aus ansprechen. Das konkrete Interesse scheint häufig gering zu sein; entsprechende Nachfragen gebe es selten (I3, I5, I7, I8, I10, I11, I14). Die Gründe hierfür sind bislang weitgehend ungeklärt. Zwar gibt es Hinweise darauf, dass grundsätzlich eine Nachfrage besteht, die vorhandenen Angebote und Informationen jedoch nicht ausreichen, um diese zu bedienen (I15). Dennoch besteht weiterhin Forschungsbedarf. Insbesondere gilt es zu klären, ob die bestehenden Hemmnisse auf der Nachfrage- oder Angebotsseite liegen oder auf andere Faktoren – etwa Produktgestaltung, Vertrieb oder Bekanntheit – zurückzuführen sind (I15).

Ein Anbieter betonte zudem, dass Spendenkomponenten stark kontextabhängig seien und aus einer Storytelling-Perspektive betrachtet werden müssten. Sie eigneten sich daher weder als Ausgangspunkt einer Vertriebsstrategie noch als primärer Vertriebstreiber. In Interview I5 wurde darüber hinaus die Vermutung geäußert, dass Fonds mit Spendenkomponente eher in der freien Finanzberatung als im klassischen Bankvertrieb nachgefragt werden.

Schließlich formulierten Interviewte die These, dass sich eine Spendenkomponente weniger als Verkaufsargument für einzelne Produkte eigne, sondern vielmehr positiv auf die Reputation des gesamten Unternehmens wirke (I2, I9). Entsprechend wurde die Spendenkomponente in I8 als „Zusatz-Feature“ beschrieben, das einzelne Benefits etwa für Asset Owner oder Asset Manager – beispielsweise im Marketing – mit sich bringen könne, jedoch nur selten das entscheidende Kauf- oder Vertriebsargument darstelle.

## 6.6 Portale, Siegel und Regulierung

Die Frage, ob die Spendenkomponente in Fondsportale und Nachhaltigkeitssiegel integriert werden sollte, wurde überwiegend bejaht (I1, I2, I4, I8, I10), wenngleich vereinzelt Skepsis geäußert wurde (I13). Befürwortende Stimmen argumentierten, dass eine solche Aufnahme dem Thema zusätzliche Aufmerksamkeit verschaffen, Aufschwung geben und – aus Anbietersicht – zur Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden beitragen könne.

In Interview I2 wurde jedoch hervorgehoben, dass eine Integration in Portale nur dann zielführend sei, wenn die Spendenkomponente als eigenständiges Merkmal ausgewiesen werde. Sie

---

<sup>29</sup> Zu der Frage, wie Anlegerinnen und Anleger aus dem Retail-Bereich Fonds mit Spendenkomponente bewerten, gibt es zudem Untersuchungen des Sustainable Finance Observatory (siehe [Studien zu Fonds mit Spendenkomponente](#)).

beeinflusse die Nachhaltigkeit des Fonds bzw. seiner Investitionen nicht und sollte daher klar hiervon abgegrenzt werden.

Bei Siegeln überwog die Einschätzung, dass die Spendenkomponente als ergänzendes Zusatz- oder Bonuskriterium berücksichtigt werden sollte, welches gegebenenfalls an einen Mindestbetrag oder einen bestimmten prozentualen Anteil geknüpft sein könnte (I8). Demgegenüber wurde in I14 die Auffassung vertreten, dass eine Spendenkomponente grundsätzlich nicht als Siegelkriterium aufgenommen werden sollte, da sie von den zentralen und inhaltlich relevanten Eigenschaften eines Fonds ablenken könne. In ähnlicher Weise wurde auch in I2 argumentiert: Eine Spendenkomponente könne und dürfe eine unzureichende Nachhaltigkeitsqualität eines Fonds nicht kompensieren, auch wenn mit ihr zweifellos ein positiver Wirkungseffekt verbunden sei.

Die Idee, die Spendenkomponente von Finanzprodukten regulatorisch zu verankern – etwa über Prospektanforderungen oder im Rahmen der EU-Offenlegungsverordnung –, wurde unterschiedlich bewertet. Während einige Interviewte dieser Möglichkeit eher skeptisch bis ablehnend gegenüberstanden (I1, I4, I13), sahen andere darin grundsätzlich das Potenzial für positive Effekte (I2, I8, I10). Allerdings wurde ein solcher Nutzen nicht in Bezug auf eine Ausweitung der Prospektspflicht gesehen, die von einzelnen Befragten ausdrücklich kritisch beurteilt wurde (I8).

Als vielversprechend wurde erachtet, eine Anerkennung oder Bonusmöglichkeit für die Spendenkomponente, etwa im Rahmen der EU-Offenlegungsverordnung, einzuführen. Dies stünde aber angesichts der deutlich wichtigeren Verbesserungsbedarfe in der EU-Offenlegungsverordnung im Prioritäten-Ranking recht weit unten (I2). Dennoch erscheine es sinnvoll, die Spendenkomponente über eine standardisierte Reporting-Kategorie – beispielsweise in Form einer ankreuzbaren Box – zu erfassen. Dies könnte zugleich zu einer stärkeren Einheitlichkeit in der Kommunikation beitragen.

Darüber hinaus wurde in I2 darauf hingewiesen, dass die EU-Offenlegungsverordnung trotz aller mit ihr verbundenen Herausforderungen einen positiven Impuls für die Produktentwicklung im Artikel-9-Bereich gesetzt habe. Ein vergleichbarer Effekt könnte möglicherweise auch entstehen, wenn das Engagement von Fondsanbietern, das sich in der Integration einer Spendenkomponente zeige, systematisch in Reporting-Dokumenten berücksichtigt werde.

## 6.7 Spenden

Dass die Spenden tatsächlich in gemeinnützige Projekte mit positiver sozialer und/oder ökologischer Wirkung fließen, wird lediglich in Interview I12 kritisch hinterfragt – unter Verweis auf in den Medien bekannt gewordene Spendenskandale. Zudem verweist ein interviewter Anbieter im Zusammenhang öffentlich gewordener Fälle von missbräuchlichem Umgang mit Spenden auf die Bedeutung der Sorgfalt bei der Auswahl der Spendenprojekte und -organisationen. In den übrigen Interviews zeigte sich bezüglich der über die Fonds mit Spendenkomponente generierten Gelder für gemeinnützige Zwecke eine durchweg positive Konnotation.

Auch wenn einige Interviewte unterstreichen, dass neben institutionellen Investoren auch Privatanlegerinnen und Privatanleger durch eigene Wahl eventuell selbstbestimmter spenden könnten, wird etwa in Interview I14 darauf verwiesen, dass Spenden über Finanzprodukte für Privatpersonen durchaus Vorteile bieten können. Diese lägen insbesondere darin, dass die Anbieter über größere Kapazitäten und bessere Möglichkeiten verfügten, geeignete Spendenprojekte zu ermitteln.

In den Interviews berichten mehrere Anbieter, dass sie potenzielle Spendenprojekte über strukturierte Auswahlprozesse identifizieren, in die ein breites Netzwerk eingebunden ist. Dieses umfasst den Berichten zufolge neben den Kundinnen und Kunden teils auch die Mitarbeitenden. Die Auswahlverfahren werden von einem Anbieter als eine Art „Multi-Stakeholder-Prozess“ beschrieben. Ein anderer Anbieter berichtet, dass es meist eine sehr rege Beteiligung des Netzwerks gebe. Auf diese Weise könnten zudem auch kleinere Projekte von Spenden profitieren. Darüber hinaus würden im Nachgang von den Projekten Videos und Fotos bereitgestellt, wodurch die konkrete Wirkung der Spenden besonders anschaulich und greifbar werde.

Schließlich berichten Anbieter, dass die mediale und kommunikative Begleitung der Projekte Nachahmungseffekte auslösen könne. So entstünden mitunter Kontakte zu weiteren Akteuren, etwa institutionellen Investoren, die Interesse an einer Vernetzung mit den geförderten Projekten zeigten. Auch erhielten Mitarbeitende der Anbieter in einigen Fällen die Möglichkeit, selbst Projekte vorzuschlagen. Die Anbieter betonen darüber hinaus mehrheitlich die Bedeutung der Interaktion und Kommunikation mit den Spendenprojekten und -organisationen für die Mitarbeitenden und die Unternehmenskultur.

Ein weiterer Aspekt der Spenden, die an einen Fonds geknüpft sind, besteht in Vorteilen für die Organisationen und Projekte, die von den auf diese Weise generierten Geldern profitieren. Fonds mit Spendenkomponente leisten demnach einen Beitrag dazu, dass gemeinnützigen Organisationen und Projekten dauerhaft, regelmäßig und planbar Gelder zur Verfügung stehen können, wenn es auch zu marktbedingten Schwankungen kommen kann (I6, I13). Im Nachbarland Frankreich, wo es regelmäßig Publikationen zu Finanzprodukten mit Spendenkomponente gibt, haben sich sogar bereits Rankings von Organisationen herausgebildet, die am meisten von auf diese Weise generierten Geldern profitieren (siehe auch [Studien zu Fonds mit Spendenkomponente](#)).

Weiterhin betont die Mehrzahl der Anbieter die Bedeutung des Austauschs mit den Organisationen, die von den Spenden profitieren, wie auch den Aspekt des Community-Building. Als relevant für Letzteres werden sowohl Mitarbeitende als auch Investierende, die gemeinnützigen Organisationen sowie auch die Gesellschaft genannt, innerhalb derer die Fondsanbieter agieren. Vor diesem Hintergrund erklärt sich auch, warum einige Anbieter mit den Spenden in erster Linie regional ansässige Projekte und Organisationen unterstützen. Aus Verbandssicht wurde betont, wie wichtig es ist, über das Thema zu informieren und dafür Bewusstsein zu schaffen, etwa im Rahmen von Veranstaltungen.

## 6.8 Qualität und Transparenz

Große Einigkeit herrscht bei den Interviewten, dass einer transparenten Berichterstattung zu den Spendenvolumina sowie zu den Organisationen und Projekten, die von den Spenden profitieren, eine große Bedeutung zukommt. Allerdings räumen teils selbst Anbieter ein, dass insbesondere Informationen zu den Spendenvolumina häufig schwer zu finden sind. Andere Anbieter wiederum verweisen darauf, wie sie beispielsweise über Quartals-Newsletter oder jährliche Impact-Berichte die Investierenden über Spendenhöhe und -verwendung informieren.

Als problematisch wird in I3 bewertet, wenn die Nachhaltigkeit eines Finanzprodukts lediglich über eine Spendenkomponente abgebildet wird. Insofern sei eine Spendenkomponente bei konventionellen Fonds kritisch zu beurteilen. In I2 wird dies ähnlich gesehen und betont, dass der Fonds unabhängig von der Spendenkomponente nachhaltig sein müsse und diese nicht

dem Zweck dienen dürfe, einen diesbezüglichen Mangel zu kompensieren. In I9 wird die Auffassung geäußert, dass eine Spende mindestens 0,1 Prozent des Fondsvolumens umfassen müsse, um kein Greenwashing zu sein.

## 6.9 Relevanz und Potenziale

Ausnahmslos alle Interviewten bewerten Fonds mit Spendenkomponente positiv und sehen darin Chancen für soziale, ökologische und nachhaltigkeitsbezogene Themen. Zugleich sind sich die Interviewten mehrheitlich darin einig, dass es ein kleineres und untergeordnetes Thema ist und dies vermutlich auch so bleiben wird. I9 bringt dies wie folgt auf den Punkt: „Das ist ein Nischenthema und das wird ein Nischenthema bleiben. Aber es gibt ganz, ganz viele Nischen.“

In I13 wird dagegen in Fonds mit Spendenkomponente ein „enormes Potenzial“ gesehen. Denn die Idee lasse sich grundsätzlich auf alle Themen übertragen und auf jedes UN-Nachhaltigkeitsziel anwenden. Das Bestechende daran sei, dass Fonds mit Spendenkomponente im Gegensatz zu klassischen Spenden dauerhaft und regelmäßig Gelder für gute Zwecke generierten.

In I2 wird das Marktpotenzial von Fonds mit Spendenkomponente vor dem Hintergrund des ESG-Backlash der letzten Jahre eingeordnet. Als Folge habe sich gezeigt, dass eine Gruppe am Markt an ESG und Sustainable Finance vor allem aus Gründen des Risiko-Managements festhalte, während sich die intrinsisch motivierten Akteure stärker in Richtung Impact orientierten. Im Zusammenhang mit der zuletzt genannten Gruppe sei eine „sehr gute und interessante“ Zukunft für Fonds mit Spendenkomponente zu erwarten.

Andere wiederum (I1, I6) äußern die Erwartung, dass Aspekte der Wirkung bei künftigen Generationen an Bedeutung gewinnen werden. Und dies könne auch Spendenkomponenten bei Fonds betreffen, weil es sich um eine Möglichkeit neben anderen handle, eine positive soziale und/oder ökologische Wirkung zu erzielen. I8 hingegen erwartet eine zunehmende Bedeutung weniger bei Spendenkomponenten von Fonds oder Finanzprodukten als eher bei wirkungsorientierten Anlagemöglichkeiten – zum Beispiel Crowdfunding. Weil Individuen und Unternehmen direkt spenden können, werde eine Spendenkomponente angedockt an Anlageprodukte keine große Breite erreichen, lautet die Auffassung aus I8.

Die Idee, in einer Spendenkomponente bei Fonds oder auch bei anderen Finanzprodukten weitergehendes Potenzial zu sehen, beispielsweise im Rahmen einer Bewegung für ein solidarisch ausgerichtetes Finanzwesen, trifft zwar bei einigen auf Sympathie (I1 und I4). Jedoch wird es erstens als wenig realistisch angesehen, dass die Verbreitung derartiger Finanzprodukte signifikant steigt, und zweitens als eine grundlegende Voraussetzung für eine breitere Akzeptanz von Fonds mit Spendenkomponente ein verändertes Mindset benannt (I4). Ein weiterer Hinweis bezog sich darauf, dass die Akzeptanz von Fonds und anderen Finanzprodukten mit Spendenkomponente vermutlich stark von kulturellen Eigenheiten und Unterschieden abhängt (I12).

Große Skepsis riefen Gedankenspiele hervor, eine Spendenkomponente bei Fonds im großen Stil einzuführen und darüber Einnahmen in höherem Umfang zu generieren. Abgesehen davon, dass es sich um ein unrealistisches Ansinnen handle, könne eine solche Komponente theoretisch bei jedem Produkt eingeführt werden, lautete beispielsweise die Kritik in I9. Insbesondere sollten daran keine verteilungspolitischen Ideen geknüpft werden. Hierfür eigneten sich vielmehr politische Maßnahmen. In I4 wurde hingegen eine Verbindung zwischen einer Spendenkomponente bei Finanzprodukten und der Idee der Finanztransaktionssteuer hergestellt.

## 6.10 Wirkung/Impact

Die Wirkung oder der Impact, den eine Spende generiert, ist aus Anbietersicht und speziell aus Perspektive der Produktentwicklung die zentrale Begründung, bei Fonds eine Spendenkomponente einzuführen. Sie wird als eine Möglichkeit neben anderen angesehen, für ein konkretes Nachhaltigkeitsthema einen Impact zu generieren. Von Bedeutung ist deshalb auch, inwiefern das Fondsthema und der Spendenzweck zusammenhängen. Ein Klimafonds könne beispielsweise seinen Impact steigern, wenn er mit seiner Spendenkomponente auch Klimaschutzprojekte unterstützt. Ob Fondsthema und Spendenzweck miteinander in Einklang stehen müssen, wird unterschiedlich bewertet.

Nach einer anderen Lesart wird die Spendenkomponente als Antwort auf die Debatte um die Wirkung von Sekundärmarkt-Investments verstanden. Weil die Wirkung dort vornehmlich indirekt und grundsätzlich begrenzt ist, könne über eine Spendenkomponente einem solchen Fonds zusätzlich zu nachhaltigen Bausteinen noch „ein Schuss Impact“ hinzugefügt werden.

Dass Fonds über eine Spendenkomponente eine Wirkung erzielen, stellt in den Interviews niemand in Frage. „Ja, das hat durchaus einen positiven Impact“, heißt es etwa in I8 und in I7 wird die Argumentation über den Wirkungsaspekt als „plausibel“ bezeichnet. Die interviewte Person in I9 verweist darauf, dass es sich bei der Wirkung der Spendenkomponente von Fonds um eine einfache und klare Sache handele. Schließlich sei mehr eben einfach mehr.

Die These, dass eine Spendenkomponente bei Fonds ausreicht, um einen Fonds als Impact Investment zu deklarieren, wird in keinem der Interviews vertreten – auch nicht von Seiten der Anbieter. Die Interviewten in I8 und I14 heben darüber hinaus hervor, dass das Spendenvolumen im Vergleich zum Fondsvolumen sehr klein sei. Die Spende könne einen möglicherweise fehlenden Impact beim Fonds nicht „geraderücken“ (I14). Sie sei zwar ein „schönes Zusatz-Feature“, ihr Potenzial dürfe aber nicht überschätzt werden (I8), weil das Gewicht in Relation zum Net Asset Value vernachlässigbar sei. Ein Fehlgriff bei einer einzigen Aktie falle stärker ins Gewicht als ein kleiner Prozentanteil, der gespendet werde.

Die Frage, ob sich die Investierenden den durch die Spende generierten Impact selbst zuschreiben können, wird in I12 aufgeworfen. Demnach macht es möglicherweise einen Unterschied, ob die Spenden direkt aus den Erträgen oder Gebühren der Anlegerinnen und Anleger stammen oder ob diese von den Anbietern aufgebracht werden.

Einen weiteren Wirkungsaspekt brachte einer der interviewten Anbieter ein. Dieser spricht mit Blick auf das eigene Unternehmen von der Philosophie eines zweifachen Impacts. Zum einen werde über die Spenden ein tendenziell kurzfristiger wirkender Impact im Sinne öffentlicher Interessen erzielt. Um dies zu gewährleisten, sei es daher wichtig, bei der Auswahl der begünstigten gemeinnützigen Organisationen und Projekte auf das Kriterium der Zusätzlichkeit zu achten. Zum Zweiten zeitigten die Investitionen der Fonds mit den Mechanismen des privaten Sektors eher langfristige Wirkungen. Beides ergänze sich gegenseitig.

## 6.11 Zielgruppen

Als zentrale Zielgruppe für Fonds mit Spendenkomponente sehen die interviewten Fachleute (I4, I5, I8, I9, I11) mit überwiegender Mehrheit Privatanlegerinnen und Privatanleger. Jedoch variieren die Ausführungen dazu: So benennt die interviewte Person aus I8 das gesamte Retail-

Spektrum vom kleinen Sparplan bis zur Vermögensverwaltung. Denn diese könnten – im Gegensatz zu institutionellen Investoren – frei über ihre Geldanlage entscheiden.

In I5 wird die Meinung vertreten, dass eine Spendenkomponente bei „Überreichen“ selbstverständlicher Standard sein sollte, faktisch vermutlich aber eher diejenigen mit weniger Geld diese Produkte nachfragen werden. Andere wiederum berichten (I9) bzw. vermuten (I11), dass Fonds mit Spendenkomponente insbesondere von sehr nachhaltigkeitsorientierten Menschen gut angenommen werden. In I14 wird dagegen die Meinung vertreten, Privatanlegerinnen und Privatanleger bräuchten keine Fonds mit Spendenkomponente. Andere Aspekte, insbesondere finanzielle und nachhaltigkeitsbezogene, seien bei Fonds für diese Zielgruppe ungleich wichtiger. Wer spenden wolle, könne dies separat tun.

Mit Blick auf institutionelle Investoren lauten die Einschätzungen, dass Fonds mit Spendenkomponente möglicherweise für Stiftungen (I9) und Family Offices (I13) interessant sein könnten, für Pensionskassen jedoch definitiv nicht (I8, I13). Auch wird argumentiert, dass institutionelle Investoren, etwa aus dem kirchlichen Bereich, vermutlich lieber selbst entscheiden, wohin sie spenden (I9). Diesen Punkt unterstreichen Aussagen aus I4. Allerdings wurde dort berichtet, dass Hochvermögende und Stiftungen die Spendenkomponente als zusätzliches „I-Tüpfelchen“ durchaus gerne annehmen – und dann weiterhin zusätzlich spenden.

Auch I10 zufolge schätzen institutionelle Investoren eine Spendenkomponente bei Fonds durchaus als „Add-on“. Einige nähmen Investitionen in Fonds mit Spendenkomponente sogar in ihre Nachhaltigkeitsberichte auf. Allerdings stünden bei der Produktauswahl Aspekte wie Kosten, Rendite und Risiko klar im Vordergrund. „Die meisten tun gerne etwas Gutes. Aber es darf halt nichts kosten“, heißt es dazu. Im Gegensatz zu I9 wird in I10 von Hinweisen berichtet, dass eine Spendenkomponente für kirchliche Investoren durchaus von Interesse sein kann.

## 6.12 Sonstiges

In den Interviews wurden zudem weitere potenzielle Forschungsfelder genannt, beispielsweise vergleichende Analysen hinsichtlich der Renditeentwicklung sowie der Mittelzu- und -abflüsse von Fonds mit und ohne Spendenkomponente. Darüber hinaus gab es die Anregung, der Frage nachzugehen, auf welche Akteursgruppen Spenden wirken und welche Effekte sie beispielsweise auf die Motivation von Mitarbeitenden haben können (I9).

Ein weiterer Impuls zielte darauf ab, das Zusammenspiel zwischen nachhaltigen Investments und Philanthropie vertiefend zu untersuchen (I7). Zudem erhielten wir den Hinweis, dass Finanzprodukte mit Spendenkomponente als Teil von Social Finance bereits auf eine längere Geschichte zurückblicken können, die mindestens bis in die achtziger Jahre des letzten Jahrhunderts zurückreicht (I15). Auch dies kann einen Anhaltspunkt für Recherchen und weitere Analysen von Fonds und anderen Finanzprodukten mit Spendenkomponente bieten.

## 7 Studien zu Fonds mit Spendenkomponente

Zum Projektstart lagen lediglich Informationen zu zwei Studien vor, in denen Fonds mit Spendenkomponente eine Rolle spielen. Zum einen handelt es sich um den seit 2017 jährlich erscheinenden Marktbericht des Instituts für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ) an der Hochschule

Luzern zu nachhaltigen Fonds in der Schweiz.<sup>30</sup> Diese Marktberichte wurden für die vorliegende Studie ausgewertet, wobei auch die dort verwendete Definition von Fonds mit Spendenkomponente berücksichtigt wurde (vgl. [Tabelle 9: Definitionen](#)). Da die IFZ-Studien Details zu spezifischen Fonds – und damit auch zu Fonds mit Spendenkomponente – ausschließlich exemplarisch aufführen, lassen sich daraus keine Rückschlüsse auf Marktanteile ziehen. Gleichwohl stellen die IFZ-Marktberichte die einzige uns bekannte deutschsprachige Publikation dar, die Fonds mit Spendenkomponente berücksichtigt.

Die zweite relevante Studie ist ein wissenschaftliches Paper<sup>31</sup> zum Impact nachhaltiger Investmentfonds. Darin werden drei potenzielle Wirkungskanäle unterschieden: Engagement, Portfolio-Allokation und weitere Maßnahmen.<sup>32</sup> Zu Letzterem zählen neben der Generierung von Informationen, dem Einfluss auf die Reputation sowie der Bewusstseinsbildung auch Spenden und Kompensation. Investmentfonds können demnach eine positive Wirkung erzielen, indem sie Geld für nachhaltige Projekte spenden, etwa in Form eines festen Anteils der Verwaltungsgebühren.<sup>33</sup>

Zudem gab es im Projektverlauf Hinweise auf Studien des Sustainable Finance Observatory (SMO). Der europäische Thinktank betreibt das Portal MyFairMoney. Eine dieser Studien<sup>34</sup> untersuchte in Dänemark, Estland, Deutschland, Griechenland, Irland und Rumänien die Einstellungen und Präferenzen von Privathaushalten in Bezug auf nachhaltige Finanzprodukte und Anlagestrategien. Daraus wurden in einem zweiten Schritt Schätzungen zu Marktpotenzialen abgeleitet.

Neben Ausschlusskriterien, Engagement, positivem Screening und Impact Investing standen dabei auch Einstellungen und Präferenzen gegenüber Fonds mit Spendenkomponente im Mittelpunkt. Diese werden in der Studie als *profit sharing* bezeichnet, wobei ein enges Verständnis ähnlich dem Ertrags-Modell<sup>35</sup> (siehe auch Spenden-Modelle) zugrunde liegt. Das Interesse der Privathaushalte an profit sharing war in allen sechs Ländern am geringsten, allerdings nicht wesentlich geringer als bei anderen nachhaltigen Strategien. Für Deutschland ergab sich beispielsweise folgendes Bild: Ausschlüsse (34 %), Engagement (26 %), positives Screening (31 %), Impact Investing (33 %) und profit sharing (25 %).<sup>36</sup>

Das daraus abgeleitete Marktpotenzial in Deutschland wird zum Beispiel für Ausschlusskriterien auf 468 Milliarden Euro geschätzt und für profit sharing auf knapp auf 285 Milliarden Euro. Im Vergleich zu den in der vorliegenden Studie ermittelten Volumina von Fonds mit Spendenkomponente von 8,3 Milliarden Euro (siehe auch [Tabelle 1: Volumina der Fonds/Anteilsklassen mit Spendenkomponente](#)) für den DACH-Raum handelt es sich um einen sehr hohen Wert. Die Studie weist jedoch selbst darauf hin, dass zu profit sharing in Europa bislang kaum verlässliche

---

<sup>30</sup> Die Sustainable Investments Studien des IFZ von 2017 bis 2025 können unter folgendem Link abgerufen werden: <https://hub.hslu.ch/sustainable/sustainable-investments-studien/> (letzter Abruf: 14.01.2026).

<sup>31</sup> Wilkens et al. (2025).

<sup>32</sup> „Further Measures“, vgl. ebenda, S. 9.

<sup>33</sup> Ebenda, S. 23.

<sup>34</sup> Mangot & Bayer (2022).

<sup>35</sup> „Profit-Sharing-Fonds sind Fonds, die einen im Voraus festgelegten Anteil der Erträge ihrer Kundinnen und Kunden (aus Dividenden oder Kupons) vertraglich an Wohltätigkeitsorganisationen oder NGOs weitergeben.“ Vgl. Mangot & Bayer (2022), S. 30; eigene Übersetzung.

<sup>36</sup> Ebenda, S. 31.

Daten vorliegen, und dass von einem aktuellen Marktanteil nahezu null ausgegangen werden müsse.<sup>37</sup>

Darüber hinaus diskutierte das SFO<sup>38</sup> in Fokusgruppen verschiedene nachhaltige Anlagestrategien, darunter profit sharing. Auch hier lag ein Verständnis der Spendenkomponente ähnlich dem Ertrags-Modell zugrunde. Die Diskussionen in Belgien<sup>39</sup> zeigten, dass profit sharing gemischte Reaktionen hervorruft: Einige lehnen die Kombination von Geldanlage und wohltätigen Spenden grundsätzlich ab. Andere sahen darin einen leichten Weg, moralische Verantwortung wahrzunehmen. Andere wiederum halten profit sharing für interessant, wenn bestimmte Bedingungen wie die freie Wahl der Begünstigten oder die Art der Spenden erfüllt sind.

Die Ergebnisse zu den Einstellungen und Präferenzen der Privathaushalte müssen jedoch mit Vorsicht bewertet werden, da eine geringe Sustainable Finance Literacy die belastbare Erhebung solcher Präferenzen erschwert. Zu diesem Schluss kam eine weitere Studie des SFO.<sup>40</sup>

Finanzprodukte mit Spendenkomponente sind zudem ein Schwerpunkt des französischen Social-Finance-Verbands FAIR. Neben der Berücksichtigung im Rahmen des Finansol-Labels (siehe [Siegel](#)) veröffentlicht FAIR regelmäßig Studien und Berichte, in denen Finanzprodukte mit Spendenkomponente thematisiert werden. Besonders hervorzuheben ist das „Barometer für soziale Finanzen“ („Le Baromètre de la finance solidaire“).<sup>41</sup> Dies ist eine Art Substrat einer weiteren Publikationsreihe namens „Fokus auf soziale Finanzen“ („ZOOM sur la finance solidaire“), die ebenfalls als eines von mehreren Social-Finance-Themen Produkte mit Spendenkomponente behandelt.

Dort wird beispielsweise aufgezeigt, welche gemeinnützigen Organisationen von den Spenden besonders profitierten und in welche inhaltlichen Bereiche die Mittel flossen. Im Jahr 2024 lagen die Schwerpunkte auf lokaler Solidarität, internationaler humanitärer Hilfe und dem Schutz gefährdeter Bevölkerungsgruppen.<sup>42</sup> Zudem zeigte die aktuelle Erhebung, dass Spenden aus Finanzprodukten mit fixer oder optionaler Spendenkomponente 2024 im Vergleich zum Vorjahr um 75 Prozent zunahmen.<sup>43</sup> FAIR veröffentlichte zudem 2026 eine Handreichung zu Finanzprodukten mit einer Spendenkomponente.<sup>44</sup>

## 8 Ausblick

Die Studie zeigt, dass eine Reihe von Fonds mit Spendenkomponente im deutschsprachigen Raum zum Vertrieb zugelassen sind. Zugleich hat das Thema bislang nur wenig Aufmerksamkeit erhalten. Abgesehen von den Mitarbeitenden der Anbieter konnten wir kaum Expertinnen oder Experten identifizieren, die sich zuvor intensiver damit befasst hätten.

---

<sup>37</sup> Ebenda, S. 32.

<sup>38</sup> Sustainable Finance Observatory (2023).

<sup>39</sup> Ebenda, S. 33.

<sup>40</sup> Koch et al. (2025), S. 18.

<sup>41</sup> FAIR (2025a).

<sup>42</sup> FAIR (2025), S. 18ff.

<sup>43</sup> FAIR (2025a), S. 2.

<sup>44</sup> FAIR (2026).

Auch wenn Bedeutung, Relevanz und Potenzial von Fonds mit Spendenkomponente unterschiedlich bewertet werden, zeigen sich doch einige gemeinsame Einschätzungen. Grundsätzlich wird der Ansatz als positiv und begrüßenswert wahrgenommen. Zugleich besteht weitgehend Einigkeit darüber, dass es sich eher um einen ergänzenden Beitrag handelt – eine Nische, ein Zusatz-Feature oder ein „Add-on“. Gleichwohl sollte die Bedeutung nicht unterschätzt werden. Schließlich entstehen auch größere Veränderungen meist durch viele kleine einzelne Schritte, Initiativen und Engagements.

Ein weiterer Aspekt besteht darin, dass Spendenkomponenten motivierend und integrierend wirken können. Konkrete Projekte und Spendenzwecke sind vergleichsweise gut greifbar und ermöglichen daher unmittelbare Wirksamkeitserfahrungen. In Zeiten, in denen gesellschaftlicher Zusammenhalt zunehmend unter Druck gerät und die Unterstützung für soziale und ökologische Ziele zurückzugehen scheint, kann dies eine nicht zu unterschätzende Rolle spielen.

Über den unmittelbaren Effekt einzelner Spendenprojekte hinaus können Spendenkomponenten Anlass geben, Fragen der gesellschaftlichen Verantwortung von Fondsanbietern und Unternehmen insgesamt stärker zu reflektieren und in öffentliche Debatten einzubringen. Damit wird auch die grundsätzliche Frage berührt, wie sich Unternehmen zu der Gesellschaft verhalten, innerhalb derer sie tätig sind und ohne die wirtschaftliches Handeln nicht möglich wäre.

Weitere Forschung könnte an verschiedenen Punkten anknüpfen. Dazu zählen vertiefte Markterhebungen auf europäischer und internationaler Ebene, Vergleiche mit Entwicklungen in anderen Ländern sowie Analysen unterschiedlicher Modelle und ihrer weiteren Marktentwicklung. Auch Finanzprodukte jenseits von Fonds könnten in den Blick genommen werden.

Von besonderem Interesse ist zudem das Zusammenspiel von Philanthropie und Finanzmärkten. Hier könnten sich Potenziale ergeben, um stetige Einnahmequellen für Non-Profit-Organisationen zu schaffen, neue Formen der Kooperation zwischen Finanzbranche und Zivilgesellschaft zu fördern und langfristige Förderstrukturen zu ermöglichen.

Darüber hinaus stellen sich Fragen aus Perspektive der Investierenden: Welche Rolle spielen Spendenkomponenten tatsächlich bei Anlageentscheidungen? Welche Erwartungen bestehen hinsichtlich Transparenz und Wirkung? Und wie werden entsprechende Produkte in der Finanzberatung vermittelt? Auch Themen wie Qualitätsanforderungen an Fonds mit Spendenkomponente verdienen künftig mehr Aufmerksamkeit.

Insgesamt zeigt sich damit ein noch wenig erforschtes, aber potenziell entwicklungsfähiges Marktsegment, dessen weitere Beobachtung und Analyse sowohl für die Finanzbranche als auch für die Zivilgesellschaft und Investierende von Interesse sein dürfte.

## 9 Literaturverzeichnis

- Deutscher Fundraising Verband (2025). Deutscher Spendenmonitor 2025. <https://www.dfrv.de/blog/2025/11/25/pressemitteilung-deutscher-spendenmonitor-2025/> (letzter Abruf 07.03.2026)
- DZI – Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen (2025). Spendenentwicklung 2024. <https://www.dzi.de/spendenberatung/spendenauskunfte-und-information/spendenstatistik/> (letzter Abruf 07.03.2026)
- ESMA (2023). ESMA Market Report. Costs and Performance of EU Retail Investment Products 2023. [https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2023-12/ESMA50-524821-3052\\_Market\\_Report\\_on\\_Costs\\_and\\_Performance\\_of\\_EU\\_Retail\\_Investment\\_Products.pdf](https://www.esma.europa.eu/sites/default/files/2023-12/ESMA50-524821-3052_Market_Report_on_Costs_and_Performance_of_EU_Retail_Investment_Products.pdf) (letzter Abruf 25.01.2026)
- European Fundraising Association (2024) Nonprofit Pulse 2024 report launches with a special focus on AI. <https://efa-net.eu/news/nonprofit-pulse-2024-report-launches-with-a-special-focus-on-ai/> (letzter Abruf 09.03.2026)
- FAIR (2023). Award Conditions for the Finansol Label. [https://www.finance-fair.org/sites/default/files/2024-04/Award%20Conditions%20for%20the%20Finansol%20Label%202024\\_VF.pdf](https://www.finance-fair.org/sites/default/files/2024-04/Award%20Conditions%20for%20the%20Finansol%20Label%202024_VF.pdf) (letzter Abruf 15.01.2026)
- FAIR (2025). ZOOM 2025 sur la finance solidaire. [https://www.finance-fair.org/sites/default/files/2025-12/FAIR\\_Zoom2025\\_complet\\_WEB.pdf](https://www.finance-fair.org/sites/default/files/2025-12/FAIR_Zoom2025_complet_WEB.pdf) (letzter Abruf 03.03.2026)
- FAIR (2025a). Finance solidaire – le baromètre édition 2025. <https://www.finance-fair.org/sites/default/files/2025-06/Barom%3%A8tre%20de%20la%20finance%20solidaire%202025.pdf> (letzter Abruf 03.03.2026)
- FAIR (2026). Guide pratique. Épargne de partage. Construire une épargne qui relie citoyens, finance et associations. <https://www.finance-fair.org/sites/default/files/2026-01/FAIR%20-%20Guide%20%3%A9pargne%20de%20partage%202026.pdf> (letzter Abruf 03.03.2026)
- FIRST, AIR, FNG (2025). FNG-Siegel für nachhaltige Investmentfonds und ähnliche Produkte. Verfahrensbedingungen 2025. <https://fng-siegel.org/media/downloads/FNG-Siegel2026-Verfahrensbedingungen.pdf> (letzter Abruf 15.01.2026)
- FONDS professionell (2019). Diese Fonds investieren nicht nur, sie spenden auch. <https://www.fondsprofessionell.de/news/unternehmen/headline/diese-fonds-investieren-nicht-nur-sie-spenden-auch-192904/newsbild/1/> (letzter Abruf 09.03.2026)
- Koch, N. S., Rivera Moreno, A. & Cooke, D. (2025). Mind the Gap. Why European retail investors don't get what they want. A summary of our market research in 14 EU countries. [https://sustainablefinanceobservatory.org/wp-content/uploads/2025/06/SFO\\_Mind-the-Gap-Why-EU-retail-investors-dont-get-what-they-want\\_2025.pdf](https://sustainablefinanceobservatory.org/wp-content/uploads/2025/06/SFO_Mind-the-Gap-Why-EU-retail-investors-dont-get-what-they-want_2025.pdf) (letzter Abruf 27.02.2026)
- Mangot, M. & Bayer, C. (2022). What do your clients actually want? Understanding and estimating household demand for sustainable financial products. <https://sustainablefinanceobservatory.org/wp-content/uploads/2022/05/What-do-your-clients-actually-want.pdf> (letzter Abruf 27.02.2026)
- Ministères économiques et financiers (2026). Livret de développement durable et solidaire (LDDS): comment ça marche? <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/gerer-mon-argent/gerer-mon-budget-et-mon-epargne/livret-de-developpement-durable-et-solidaire-ldds-comment-ca-marche> (letzter Abruf 25.01.2026)

- SCOPE (2025). Anzahl der nachhaltigen Fonds trotz Gegenwind gestiegen. Deutsches Fondsuniversum aus ESG-Perspektive. [https://www.scopeexplorer.com/files/get/?name=news.Report-File%2Fbytes%2Ffilename%2Fmimetype%2FScope\\_ESG\\_im\\_Fokus\\_April\\_2025\\_87s1slc.pdf](https://www.scopeexplorer.com/files/get/?name=news.Report-File%2Fbytes%2Ffilename%2Fmimetype%2FScope_ESG_im_Fokus_April_2025_87s1slc.pdf) (letzter Abruf 04.03.2026)
- Stüttgen, M., & Mattmann, B. (2023). IFZ Sustainable Investments Studie 2023. Nachhaltige Fonds und soziale Verantwortung. <https://www.hslu.ch/-/media/campus/common/files/dokumente/h/1-medienmitteilungen-und-news/2023/w/ifz-sustainable-investments-studie-2023.pdf?la=de-ch> (letzter Abruf 15.01.2026)
- Sustainable Finance Observatory (2023). Retail demand for sustainable financial products – Belgium. <https://sustainablefinanceobservatory.org/wp-content/uploads/2023/03/Presentation-Country-Report-Belgium.pdf> (letzter Abruf 27.02.2026)
- Sustainable Finance Observatory (n. d.). Strategies/Investment strategies. <https://www.myfairmoney.eu/glossary/strategies-investment-strategies/> (letzter Abruf 15.01.2026)
- Towards Sustainability Labelling Agency (n. d.). The Label. The Quality Standard for sustainable investing. <https://towardsustainability.be/the-label/quality-standard> (letzter Abruf 15.01.2026)
- Wilkens, M., Jacob, S., Rohleder, M. & Zink, J. (2025). The Impact of Sustainable Investment Funds – Impact Channels, Status Quo of Literature, and Practical Applications. <https://ssrn.com/abstract=4205546> (letzter Abruf 27.02.2026)

## 10 Anhang

### 10.1 Liste der interviewten Fachleute

Wir danken den 16 Expertinnen und Experten, die für die insgesamt 15 Interviews zur Verfügung standen, sehr herzlich für die wertvollen Informationen und für ihre Zeit. Die folgende Liste umfasst alle interviewten Fachleute.

Tabelle 8: Liste der interviewten Fachleute

| <b>Titel</b> | <b>Vorname</b> | <b>Name</b>    | <b>Organisation</b>                                               |
|--------------|----------------|----------------|-------------------------------------------------------------------|
|              | Astride        | Ashale         | FAIR                                                              |
|              | Anke           | Behn           | Verbraucherzentrale Bremen                                        |
|              | Jennifer       | Brockerhoff    | Brockerhoff Finanzberatung                                        |
|              | Martin         | Feige          | GLS Investment Management GmbH                                    |
| Mag.         | Reinhard       | Friesenbichler | rfu research GmbH                                                 |
| Dr.          | Anja           | Hochberg       | Zürcher Kantonalbank                                              |
|              | Daniel         | Kupfner        | Security Kapitalanlage AG                                         |
|              | Verena         | Menne          | Forum Nachhaltige Geldanlagen e. V.                               |
|              | Marie          | Niemczyk       | Candriam                                                          |
|              | Ludwig         | Rahlf          | GLS Investment Management GmbH                                    |
|              | Michael        | Rensen         | ECOreporter GmbH                                                  |
|              | Carolin        | Rohmann        | GLS Investment Management GmbH                                    |
| Prof. Dr.    | Manfred        | Stüttgen       | Hochschule Luzern – Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ) |
| Dr.          | Simone         | Wagner         | Advanced Impact Research GmbH                                     |
| Prof. Dr.    | Marco          | Wilkens        | Universität Augsburg                                              |
|              | Moïra          | Yoka           | Candriam / Candriam Institute for Sustainable Development         |

Die Reihenfolge in dieser Tabelle entspricht aus Gründen der Pseudonymisierung nicht der Reihenfolge der Interviewnummern im Text des Dokuments.

## 10.2 Überblickstabellen

Tabelle 9: Definitionen zu Finanzprodukten mit Spendenkomponente

| Quelle                                     | Institutionen                                      | Bezeichnung                            | Definition                                                                                                                                                                                                                                                  | Übersetzung                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Finansol Label <sup>45</sup>               | FAIR (Financer, Accompanyer, Impacter, Rassembler) | épargne de partage (shared savings)    | All or part of the income generated by the savings or management of the Product shall be given to entities engaged in Social Impact Activities.                                                                                                             | Die durch die Ersparnisse oder die Verwaltung des Produkts erzielten Erträge werden ganz oder teilweise an gemeinnützige Einrichtungen weitergegeben.                       |
| Studie <sup>46</sup>                       | Institut für Finanzdienstleistungen Zug (IFZ)      | Karitativer Beitrag oder Charity-Fonds | Einige Fonds (sog. Charity-Fonds) spenden einen Teil ihrer Erträge zu Gunsten wohltätiger Zwecke. Dies ist keine eigentliche Investmentstrategie, sondern ein Spezialfall sozialen Engagements, der ausgewählte Fonds der vorliegenden Studie kennzeichnet. |                                                                                                                                                                             |
| Portal MyFairMoney (MFM) <sup>47</sup>     | Sustainable Finance Observatory                    | Income-sharing                         | Investments that include a mechanism to donate part of the generated income to charities or NGOs.                                                                                                                                                           | Investitionen mit einem Mechanismus, um einen Teil der erzielten Einnahmen an Wohltätigkeitsorganisationen oder NGOs zu spenden.                                            |
| Studie <sup>48</sup>                       | Sustainable Finance Observatory                    | Profit Sharing                         | Profit-sharing funds are funds that contractually redistribute a predefined fraction of clients' income (obtained from dividends or coupons) to charities or NGOs.                                                                                          | Fonds, die einen im Voraus festgelegten Anteil der Erträge ihrer Kundinnen und Kunden (aus Dividenden oder Kupons) vertraglich an gemeinnützige Organisationen weitergeben. |
| Towards Sustainability Label <sup>49</sup> | The Towards Sustainability Labelling Agency (CLA)  | Solidarity or charity                  | Donating part of the return of the portfolio or of the management fees to a charity or a good cause.                                                                                                                                                        | Einen Teil der Rendite des Portfolios oder der Verwaltungsgebühren an eine Wohltätigkeitsorganisation oder einen guten Zweck spenden.                                       |

<sup>45</sup> FAIR (2023), S.14.

<sup>46</sup> Stüttgen & Mattmann (2023), S. 28.

<sup>47</sup> MyFairMoney (n. d.).

<sup>48</sup> Mangot & Bayer (2022), S. 30.

<sup>49</sup> Towards Sustainability Labelling Agency (n. d.).

Tabelle 10: Siegel und die Berücksichtigung von Spendenkomponenten

| Siegel                 | Bedingung | Beachtung | Erläuterung                                                                                                                                                                                                                 | Kriterien                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------|-----------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CIES Label             | Nein      | Nein      | /                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| ECOreporter            | Nein      | Ja        | Eine Spendenkomponente ist kein fixes Kriterium, kann aber in die Bewertung einfließen.                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Finansol               | (Ja)      | Ja        | Das Siegel unterscheidet zwei Mechanismen: 1. Finanzierung von Aktivitäten mit Impact und 2. Interest-Sharing. Beim zweiten Mechanismus ist eine Spendenkomponente als Kriterium eine Voraussetzung.                        | Es gibt ein Set an (produktspezifischen) Kriterien. Für Gebühren-Modelle ist u. a. dies relevant: „In the case of donations linked to the management of the Product (management and/or entry fees), the legal entity managing the Product shall pay 25 % of these costs as a donation to these entities.“ <sup>50</sup><br>Weiteres enthält der Abschnitt Siegel. |
| FNG-Siegel             | Nein      | Ja        | Seit 2025 ist eine Spendenkomponente ein Kriterium im Bereich Produkt Governance des Stufenmodells. In diesem können bis zu drei Sterne erreicht werden.                                                                    | „Bewerber sollen belegen, dass sie (...) einen Teil ihrer Fondseinnahmen für Projekte, die einen positiven Beitrag zu Nachhaltigkeitszielen leisten, nutzen. Entscheidend ist, ob mit einem Teil der Einnahmen (...) des sich bewerbenden Produkts Projekte mit positivem ökologischem oder sozialem Impact gefördert werden.“ <sup>51</sup>                      |
| Greenfin               | Nein      | Nein      | /                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Label ISR              | Nein      | Nein      | /                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| LuxFLAG                | Nein      | Nein      | /                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Nordic Swan            | Nein      | Nein      | /                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Towards Sustainability | Nein      | Ja        | Eine Spendenkomponente ist kein Siegel-Kriterium, wird aber explizit als nachhaltige Anlagestrategie anerkannt. Zudem kann es in der Sustainability ID, die für Produkte mit Siegel veröffentlicht wird, aufgeführt werden. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| UZ 49                  | Nein      | Nein      | /                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

<sup>50</sup> FAIR (2023), S. 14.<sup>51</sup> FIRST et al. (2025), S. 31.

## 10.3 Liste der recherchierten Fonds mit Spendenkomponente

Die folgende Liste umfasst 31 der 36 Fonds mit Spendenkomponente, die im Rahmen dieser Studie recherchiert und analysiert wurden. Für die Nennung dieser Fonds liegt uns das Einverständnis der jeweiligen Anbieter vor. Bei einigen dieser Fonds bezieht sich die Spendenkomponente ausschließlich auf eine oder mehrere Anteilsklassen. Zu 27 dieser Fonds finden sich im Anhang Profile mit Details (mehr unter [Profile](#)).

Die Nennung der Fonds dient ausschließlich Informationszwecken und stellt keine Kauf- oder Anlageempfehlung dar.

Tabelle 11: Liste der Fonds mit Spendenkomponente

|                                                |                                                          |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| Apollo Aktien Global ESG                       | GLS Bank Klimafonds                                      |
| Apollo Emerging Markets Equity                 | Intalcon Alpha for Impact Global                         |
| Apollo Euro Corporate Bond ESG                 | Kinder Perspektivenfonds                                 |
| Apollo Global Bond ESG                         | KinderZukunftsFonds                                      |
| Apollo High Yield Bond ESG                     | Kölner Nachhaltigkeitsfonds A                            |
| Apollo Muendel Bond ESG                        | Swisscanto (LU) Portfolio Fund Sustainable Balance (CHF) |
| Apollo New World ESG                           | Tareno Global Water Solutions Fund                       |
| BAUM Fair Future Fonds                         | terrAssisi Aktien                                        |
| Best of Green & Common Good R                  | terrAssisi Renten                                        |
| Candriam Equities L Oncology                   | terrAssisi Stiftungen                                    |
| Candriam Sustainable – Equity Children         | Triodos Future Generations Fund                          |
| Candriam Sustainable – Equity Circular Economy | zCapital – Swiss ESG Fund                                |
| Candriam Sustainable Equity Climate Action     | zCapital – Swiss Small & Mid Cap Fund                    |
| Candriam Sustainable Equity Water              |                                                          |
| ERSTE WWF Stock Environment                    |                                                          |
| Ethius Global Impact                           |                                                          |
| FondsSecure Systematik                         |                                                          |
| GLS Alternative Investments – Mikrofinanzfonds |                                                          |

## 10.4 Profile der Fonds mit Spendenkomponente

Für die Studie wurden Profile für Fonds mit Spendenkomponente entwickelt. Ziel ist es, eine übersichtliche Darstellung konkreter Fonds mit Spendenkomponente zu ermöglichen. Die Profile bieten Informationen zu folgenden Bereichen:

1. Angaben zum Fonds (inklusive Angaben zur Nachhaltigkeit)
2. Spenden-Modell
3. Spendenverwendung.

Die Angaben zur Nachhaltigkeit der Fonds umfassen nachhaltige Anlagestrategien, wie sie beispielsweise in der [IFZ Sustainable Investments Studie 2023](#) (Seite 28) oder dem [FNG Marktbericht Nachhaltige Geldanlagen 2025](#) (Seite 55 bis 56) verwendet werden.

Auch werden, wo zutreffend, Siegel für nachhaltige Finanzprodukte angegeben. Kurze Beschreibungen der meisten Siegel enthält das [Glossar](#) der Informationsplattformen [MyFairMoney](#). Informationen zum ECoreporter-Siegel gibt es [hier](#).

Die Fondsprofile bieten eine Übersicht zu verschiedenen Fonds mit Spendenkomponente. Sie stellen weder eine Anlageberatung noch eine Kaufempfehlung dar. Die Informationen basieren auf den Angaben der jeweiligen Anbieter und wurden mit diesen im Februar und März 2026 abgestimmt. Dies bedeutet, dass die Profile Daten enthalten, die Stand Februar 2026 verfügbar waren. Die Angaben, beispielsweise zu den Volumina und Anteilklassen, können sich zudem auf unterschiedliche Stichtage beziehen.

Fondsprofile wurden ausschließlich von Produkten aufgenommen, deren Anbieter der Veröffentlichung zugestimmt haben.

Die Profile der insgesamt 27 Fonds stehen in einem **separaten Anhang** zu dieser Pilotstudie [zum Download](#) bereit.

## 10.5 Informationen zu den Sponsoren

Wir danken den Sponsoren dieser Studie!



# SECURITY KAG

Ohne die Unterstützung der Sponsoren wäre diese Studie nicht möglich gewesen. Ihnen gilt unser besonderer Dank! Auf den folgenden Seiten geben die Sponsoren Einblicke in ihre Tätigkeitsfelder, Motive und Angebote.

## Candriam: Wenn Investieren mehr bewirkt – Kapitalanlage mit Verantwortung.

In einer Welt, in der wirtschaftliche Entscheidungen zunehmend auch gesellschaftliche Verantwortung widerspiegeln müssen, setzt Candriam ein klares Zeichen: Nachhaltigkeit und soziales Engagement gehören untrennbar zum Geschäftsmodell. Im vergangenen Jahr hat Candriam ca. **2,9 Mio. Euro** für gemeinnützige Zwecke bereitgestellt – Mittel, die in mehr als **40 Projekte in über 20 Ländern** geflossen sind. Dieses Engagement zeigt eindrucksvoll, dass Candriam nicht nur Renditen erwirtschaften möchte, sondern aktiv dabei hilft, die Welt von morgen positiv mitzugestalten. Ein Herzstück unserer Aktivitäten ist **das Candriam Institute for Sustainable Development**, das sämtliche philanthropischen Initiativen bündelt. Es fokussiert sich auf vier zentrale Wirkungsfelder, die Candriams gesellschaftliche Verantwortung widerspiegeln:

- **Umweltschutz** durch Wiederaufforstungsprogramme und Klimaschutzinitiativen
- **Soziale Inklusion & Solidarität** durch Stipendien, Mentoring und kulturelle Bildungsangebote
- **Bildung & Nachhaltigkeitsbildung** durch Unterstützung von Hochschulen, Forschung und ESG-Weiterbildung
- **Kampf gegen Krebs** durch die Förderung innovativer, internationaler Forschungsprojekte

Diese Initiativen beziehen sich auf zentrale UN-Nachhaltigkeitsziele und werden durch die aktive Teilnahme vieler Candriam-Mitarbeiter getragen und unterstützt. Sie werden also nicht nur finanziell unterstützt, sondern auch aktiv begleitet.

### Fonds, die mehr können: 10 % der Gebühren für eine bessere Zukunft

Candriam integriert in ausgewählte thematische Fondsstrategien eine **automatische Spendenkomponente**. **10 % der Net Management Fees** dieser Fonds fließen direkt in die Arbeit des Instituts – ganz ohne zusätzliches Zutun der Investorinnen und Investoren. So verbinden wir klassische Kapitalanlage mit sozialem Mehrwert.

Seit 2023 stärkt Candriam dieses Modell durch **freiwillige Zusatzbeiträge** aus weiteren nachhaltigen Fondsstrategien. Allein im Jahr 2024 kamen dadurch zusätzliche **0,5 Mio. Euro** hinzu.

Candriams Ansatz basiert auf der Überzeugung, dass nachhaltiges Investieren weit mehr ist als ein Trend. Es ist ein Beitrag zu einem globalen Wandel. Drei Leitlinien prägen diese Haltung:

#### 1. Nachhaltigkeit als Unternehmenszweck

CSR, ESG und Philanthropie sind integrale Bestandteile der Unternehmensstrategie „Investing for Tomorrow“.

#### 2. Wirkung über die Finanzmärkte hinaus

Die unterstützten Projekte adressieren Themen, die gesellschaftlich essenziell sind – auch wenn sie nicht direkt in der Performance von Portfolios ablesbar sind.

#### 3. Überzeugung durch Taten

Seit 1996 ist Candriam ein Vorreiter im nachhaltigen Investieren. Das nachhaltige Engagement stärkt diese Position und zeigt: Verantwortung ist ein gelebtes Prinzip.

### CANDRIAM „Conviction AND Responsibility in Asset Management“ – Ein Markenversprechen mit Substanz

Das bedeutet:

- Nachhaltiges Investieren basiert auf tiefer Überzeugung.
- ESG-Kriterien werden konsequent in die Finanzanalyse integriert.
- Der aktive Dialog mit Unternehmen ist zentraler Bestandteil der Verantwortung.
- Ambitionierte Ziele und aktive Stimmrechtsausübung prägen das Handeln.
- Kapital soll nicht nur wachsen, sondern nachhaltige, positive Wirkung entfalten.

Candriam setzt damit auf eine umfassende Form der Verantwortung – gegenüber Kund\*innen, Mitarbeitenden, Unternehmen und der gesamten Gesellschaft.

### Die Candriam Academy

2017 gründete Candriam die **Candriam Academy**, die weltweit erste frei zugängliche, akkreditierte Lernplattform für nachhaltiges Investieren.

Mit inzwischen **17.800 Mitgliedern aus 136 Ländern** fördert sie das Bewusstsein für ESG-Themen und vermittelt Fachwissen über Online-Kurse, Webinare und Forschungsunterlagen. Ziel ist es, Menschen zu befähigen, finanzielle Entscheidungen im Einklang mit ökologischen und sozialen Werten zu treffen.

### Fazit: Eine Investition in die Zukunft – für Anleger\*innen und Gesellschaft

Candriam zeigt eindrucksvoll, wie Kapitalanlage und gesellschaftlicher Nutzen Hand in Hand gehen können. Dank Fonds mit Spendenkomponente fließen jedes Jahr Mittel in Bildungs-, Umwelt-, Gesundheits- und Inklusionsprojekte weltweit.

So entsteht ein Doppelmehrwert:

- **Nachhaltige Performance für Anleger\*innen.**
- **Nachhaltiger Fortschritt für die Gesellschaft.**

## Was uns auszeichnet

- hundertprozentige Tochter der GLS Bank – Deutschlands nachhaltigster Bank
- Entwicklung und Betreuung aktiv gemanagter Publikumsfonds mit höchsten sozialen, ökologischen und ökonomischen Qualitätsansprüchen
- konsequenter sozial-ökologischer Auswahlprozess mit strengen Ausschluss- und Positivkriterien
- hauseigenes Nachhaltigkeits-Research
- laufendes Monitoring sowie Einbindung externer Expertise aus Zivilgesellschaft, Politik und Wirtschaft bei der Bewertung unserer nachhaltigen Investitionen
- vier Fonds mit Spendenkomponente (GLS Bank Klimafonds, Kinder Perspektivenfonds, BAUM Fair Future Fonds, GLS Alternative Investments – Mikrofinanzfonds)

”

## Warum unterstützt die GLS Investments diese Studie, Herr Kührlings?

Karsten Kührlings,  
Geschäftsführer der GLS Investments

„Die Pilotstudie zeichnet erstmals ein umfassendes Bild von Fonds mit Spendenkomponente im DACH-Raum. Dass aktuell lediglich 36 solcher Fonds zum Vertrieb zugelassen sind, unterstreicht, wie wichtig Transparenz, Vergleichbarkeit und fundierte Daten in diesem noch jungen Marktsegment sind.

Seit Auflage unseres ersten GLS Fonds verfolgen wir konsequent das Ziel, wirkungsvolle Finanzinstrumente zu entwickeln, die Kapital dorthin lenken, wo es einen gesellschaftlichen Mehrwert entfalten kann. Ganz nach unserem Leitgedanken: Sinn vor Gewinn. Als Pionierin für sozial-ökologische Investments haben wir in vier unserer Fonds eine Spendenkomponente integriert und finanzieren darüber zusätzlich gemeinnützige Projekte. Damit betreuen wir heute mehr als zehn Prozent der Fonds mit Spendenkomponente im deutschsprachigen Raum.

Gerade in Zeiten eines spürbaren ESG-Backlashs ist es uns ein zentrales Anliegen, praktikable und glaubwürdige Wirkhebel für Finanzdienstleister aufzuzeigen. Diese Studie liefert dafür eine fundierte Datengrundlage und wertvolle Impulse für die gesamte Branche. Wir hoffen, dass sie dazu beiträgt, das Bewusstsein für wirkungsorientierte Fondskonzepte weiter zu schärfen und deren Verbreitung zu fördern.“



## Green Growth Futura

### Über Uns

Wir beraten Vermögensverwalter, Family Offices und Stiftungen bei der nachhaltigen Ausrichtung ihrer Investments und bewerten die Nachhaltigkeit von Finanzanlagen, Investmentfonds und kapitalmarktorientierten Unternehmen. Unser Handeln ist geprägt von Verbindlichkeit und Transparenz, unser Ziel klar definiert: die sozial-ökologische Transformation vorantreiben und Greenwashing verhindern.

Im Rahmen einer Koproduktion mit der GLS Investment Management GmbH und dem BAUM e.V. verantworten wir bereits seit 2018 das Nachhaltigkeitsresearch für den BAUM Fair Future Fonds. Dieser weltweit investierende Aktienfonds verbindet außergewöhnlich hohe Nachhaltigkeitsstandards mit einer integrierten Spendenkomponente zur Förderung von Hilfsprojekten für Kinder und Jugendliche.

### Unsere Leistungen für Vermögensverwalter, Family Offices und Stiftungen

- **Sozial-ökologische Unternehmensbewertungen:** Mittels eines proprietären Bewertungstools erstellen wir detaillierte Unternehmensanalysen als fundierte Entscheidungsgrundlage für Ihre Investmententscheidungen.
- **Screening & Optimierung von Anlageuniversen:** Zur Identifikation von ESG-Risiken und Chancen analysieren wir Ihr bestehendes Portfolio und erarbeiten passgenaue Optimierungsvorschläge – von strategischen Umschichtungen bis zum präzisen Feintuning.
- **Konzeption von Anlagekriterien:** Gemeinsam mit Ihnen entwickeln wir Strategien, die zu Ihren individuellen Zielen passen – von Ausschlusskriterien über

Positivlisten bis hin zur Etablierung von Sustainable Finance-Beiräten.

- **Engagement-Services:** Mit unserer langjährigen Erfahrung unterstützen wir Sie gerne in allen Phasen Ihrer Engagement-Aktivitäten – von der Kontaktaufnahme über das Identifizieren von Optimierungspotenzialen bis hin zum Reporting.

### Warum wir diese Studie unterstützen

Die vorliegende Studie bietet eine erste systematische Übersicht zu Investmentfonds mit Spendenkomponente – einem Segment, das den Wunsch vieler Anleger nach messbarem gesellschaftlichem Impact adressiert. Green Growth Futura unterstützt diese Untersuchung, um das Bewusstsein für solche Fondskonzepte zu erhöhen. Wir sehen darin eine Option, gesellschaftliche Wirkung direkt in die Struktur eines Finanzprodukts einzubinden. Die Studie liefert die notwendige Datenbasis, um diese Instrumente fachlich fundiert bewerten zu können.

**»Wir stehen für eine individuelle und transparente Beratung. Passgenau zugeschnitten auf die spezifischen Bedürfnisse und Ziele unserer Kundinnen und Kunden.«**

**Marian Klemm,  
Geschäftsführer  
der Green  
Growth Futura**



## Security KAG – Nachhaltig investieren. Verlässlich Wert schaffen.

### Wer wir sind

Die Security Kapitalanlage AG ist die Fondsgesellschaft im starken Umfeld der Grazer Wechselseitigen Versicherung (GRAWE), einer der führenden Versicherungsunternehmen Österreichs. Aus dieser Zugehörigkeit erwachsen uns Verpflichtung, Stabilität und ein langer Atem. Seit vielen Jahren begleiten wir Kundinnen und Kunden mit einem klaren Qualitätsanspruch und einer gelebten Tradition, die Verlässlichkeit und Innovationskraft verbindet.

### Was uns auszeichnet

Wir sind Vollanbieter: Alle relevanten *liquiden* Assetklassen werden bei uns inhouse gemanagt – von Anleihen über Mischlösungen bis hin zu Aktien und derivativen Strategien. Das ermöglicht kurze Wege, konsistente Prozesse und eine stringente Steuerung von Risiko und Rendite. Für dieses Management wurden wir wiederholt ausgezeichnet und konnten stetig wachsen – ein sichtbares Zeichen für Vertrauen und Qualität.

### Nachhaltigkeit mit Substanz

Nachhaltigkeit ist für uns kein Etikett, sondern integraler Bestandteil unseres Investmentprozesses – im Einklang mit ökonomischen Zielen. Rund die Hälfte unserer Assets unter Management adressiert ökologische und/oder soziale Aspekte. Zahlreiche unserer Fonds tragen renommierte Siegel (u.a. *Österreichisches Umweltzeichen*, *FNG-Siegel*) oder folgen anerkannten Normen und Kriterien (insbesondere aus dem kirchlichen Umfeld). So stellen wir sicher, dass Verantwortung und Rendite zusammenfinden: faktenbasiert, transparent und mit langjähriger Erfahrung.

### Social Tranches

Unsere Social Tranches verhelfen privaten oder institutionellen Vermögen zu einer zusätzlichen Eigenschaft: Neben einer nachhaltig orientierten Veranlagung werden darüber hinaus gezielt Projekte unterstützt, die einen messbaren und positiven Beitrag generieren. Konkret fließen Teile der Verwaltungsgebühr der Tranchen an selektiv ausgewählte ökologische, soziale und wissenschaftliche Vorzeiprojekte, die zur Erreichung der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen (UN-SDGs) beitragen.

Darüber hinaus stehen wir für:

- Disziplinierte Prozesse: Systematische, datengetriebene Selektion und Risikosteuerung.
- Breite Kompetenz aus einer Hand: Alle liquiden Assetklassen intern gemanagt.
- Glaubwürdige Nachhaltigkeit: Hohe Durchdringung innerhalb der Fonds, unabhängige Siegel und klare Kriterien.
- Langfristige Partnerschaft: Stabilität eines großen Konzerns, Agilität eines fokussierten Asset Managers.

**Security KAG** – weil nachhaltiges Investieren nur dann überzeugt, wenn es **werteorientiert** ist und **wirtschaftlich** trägt.

# SECURITY KAG