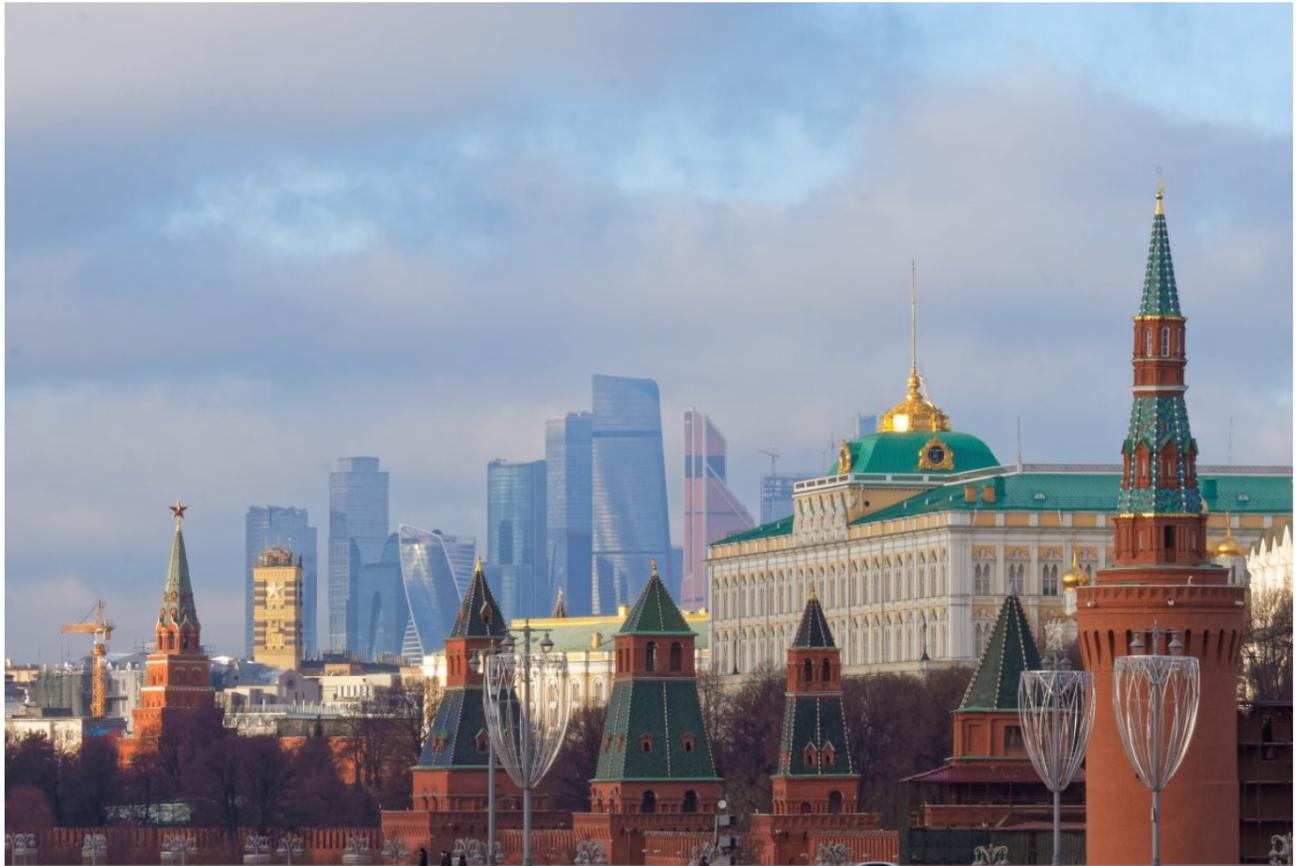


# + Vorwurf „Moralwashing“: Hat sich die Allianz gar nicht aus Russland zurückgezogen?

7. Oktober 2022



Man schließe in Russland kein Neugeschäft mehr ab und fahre das bestehende Engagement "maßgeblich in geordneter Weise" zurück, teilte die Allianz im März mit. Zudem investiere die Allianz in Russland und Belarus nicht mehr in Kapitalanlagen für ihre Kunden (Bildquelle: barmalyanich/Pixabay)

Den Angriffskrieg in der Ukraine quittierten die Versicherer mit einem Rückzug ihrer Geschäfte aus Russland. Laut der Moral Rating Agency (MRA) sind jedoch viele weiterhin dort investiert. Die Allianz sei einer von 12 großen Unternehmen, die die Öffentlichkeit über ihre Reaktion auf den Einmarsch in der Ukraine getäuscht habe, behauptet MRA.

Die Moral Rating Agency (MRA) wurde nach Russlands Einmarsch in die Ukraine am 24. Februar gegründet. „Dies war der Auslöser, aber unser Name spiegelt unseren Plan wider, über die Moral von Geschäften mit Russland hinauszugehen und das moralische Verhalten von Unternehmen in anderen wichtigen politischen Fragen zu untersuchen“, lautet das Ziel der Organisation.

In einem aktuellen Bericht heißt es von MRA, dass viele Unternehmen, die angaben, sich vollständig aus dem russischen Markt zurückgezogen zu haben, tatsächlich weiterhin dort investiert sind. Die Analyse der Erklärungen von 112 Unternehmen als Reaktion auf die Krise hat ergeben, dass viele das eine sagten, aber das andere taten. Die Verfasser des Berichts untersuchten den Grad des Ausstiegs, die Geschwindigkeit des Ausstiegs, die Überzeugung beim Ausstieg, die Auswirkungen des Ausstiegs auf Russland und die damit verbundenen Opfer.

MRA führt eine Liste mit den „Übeltätern“ und hat ein Ranking vorgenommen. MRA-Gründer **Mark Dixon** sagte: „Die 12 schlimmsten Übeltäter haben es nicht nur versäumt, sich ordnungsgemäß aus Russland zurückzuziehen – sie haben ihr Versagen auch häufig moralisch gewaschen, indem sie das eine sagten und das andere taten.“ Der amerikanische Nahrungsmittel- und Getränke-riesen PepsiCo wurde am stärksten kritisiert, vor dem Schweizer Konkurrenten Nestle auf Platz zwei und dem britischen Konsumgüterunternehmen Unilever auf Platz drei. Der Versicherungskonzern Allianz landet auf Platz 8.

## Was die Allianz schreibt und wie MRA das beurteilt

Die bisherigen Erklärungen der Allianz lauteten wie folgt: In ihrer Pressemitteilung vom 25. Februar betonte der Versicherer seine „Bereitschaft, sich an die neuen Sanktionen und Vorschriften zu halten“. In einer späteren Erklärung, die über die Nachrichtenagentur *Reuters* verbreitet wurde, hieß es, dass die Allianz keine „neuen“ Versicherungsgeschäfte in Russland mehr abschließen und ihr Engagement „reduzieren“ werde. Das *Wall Street Journal* berichtete, die Allianz habe ihr bestehendes Portfolio in Russland und Weißrussland vor der Invasion eingefroren und werde in Zukunft in keinem der beiden Länder mehr investieren. Am 3. Juni gab die Allianz bekannt, dass sie sich bereit erklärt hat, ihre Mehrheitsbeteiligung an ihrem russischen Geschäft an Interholding LLC, den Eigentümer des russischen Schaden- und Unfallversicherers Zetta, zu verkaufen und die beiden Unternehmen zu fusionieren. Nach Abschluss der Fusion wird die Allianz 49,9 % der Anteile an dem neuen Unternehmen halten.

MRA kommt laut eigener Untersuchung zu folgendem Schluss: „Auf den ersten Blick mag es so aussehen, als ob die Allianz ihr Engagement in Russland von 100 % auf 49,9 % reduziert hat. Das würde uns nicht befriedigen, denn ein Unternehmen sollte sich vollständig zurückziehen. Aber die Realität ist noch schlimmer: Die Allianz hat ihr Engagement in Russland überhaupt nicht reduziert, denn sie bekommt ein kleineres Stück von einem größeren Kuchen. Es ist ein sehr seltener Fall, dass ein Unternehmen einige Anteile verkauft und gleichzeitig indirekt einen Teil eines anderen Unternehmens übernimmt. Natürlich sieht es oberflächlich betrachtet wie eine Verringerung aus, aber der voll verwässerte Wert der Aktiva in Russland ist möglicherweise genau derselbe wie vor der Aktion. Sie gibt mit der einen Hand und nimmt mit der anderen.“

Die Allianz gibt zu, dass das russische Geschäft nur 0,2 % des Gewinns ausmacht. Umso enttäuschender ist die Aktion „keine echte Veräußerung“. Sie rechtfertigte sich damit, dass dieser Plan die Kontinuität für Kunden und Mitarbeiter sicherstellen würde, wobei letztere Ausrede sie zu einem verwirrten Menschenfreund macht.

Die Allianz hat drei Monate nach der Invasion gewartet, um uns mitzuteilen, dass sie ihre Anteile an einem russischen Versicherer reduziert, ohne ihre Investitionen in einen russischen Versicherer zu verringern. Dieser Mechanismus erlaubt es ihr natürlich zu behaupten, dass sie das Unternehmen nicht mehr kontrolliert, aber obwohl dies technisch gesehen stimmt, ändert es nichts an unserer Ansicht, dass die Fusion eines Unternehmens, um ein kleineres Stück eines größeren Kuchens zu erhalten, etwas ganz anderes ist als ein Ausverkauf. Stellen Sie sich die Ironie vor, wenn die Allianz eines Tages ihren Anteil an dem fusionierten Unternehmen auf 100 % eines Unternehmens erhöht, das doppelt so groß ist! Russland ist der richtige Ort und die richtige Zeit, um sich zu veräußern – und nicht, um komplizierte Finanztechniken anzuwenden, die für den flüchtigen Beobachter wie eine Veräußerung aussehen.“

Autor: VW-Redaktion