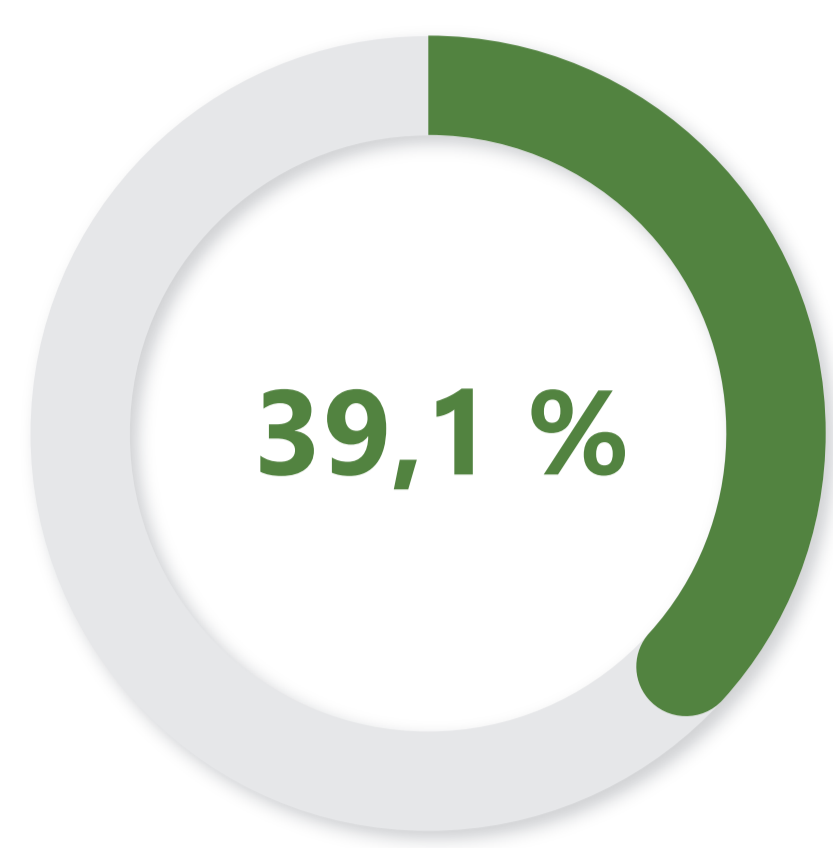


# Nachhaltigkeit

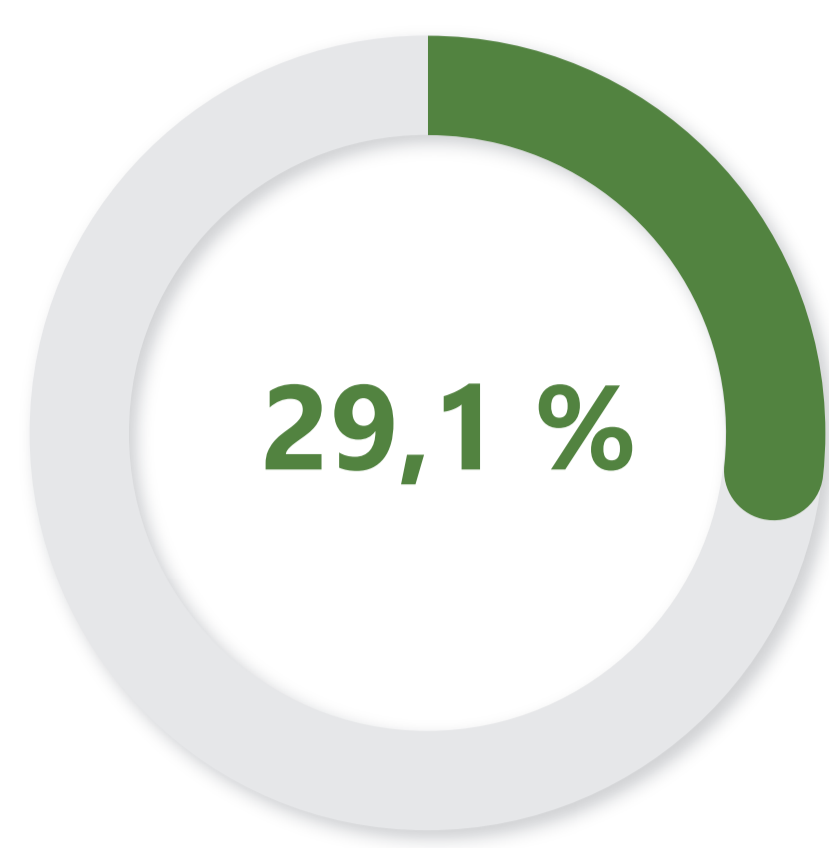
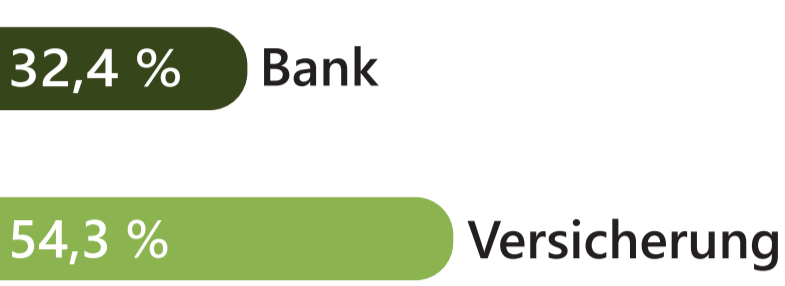
## Aktuelle Befragung unter Führungskräften

in Deutschland, Österreich und Südtirol

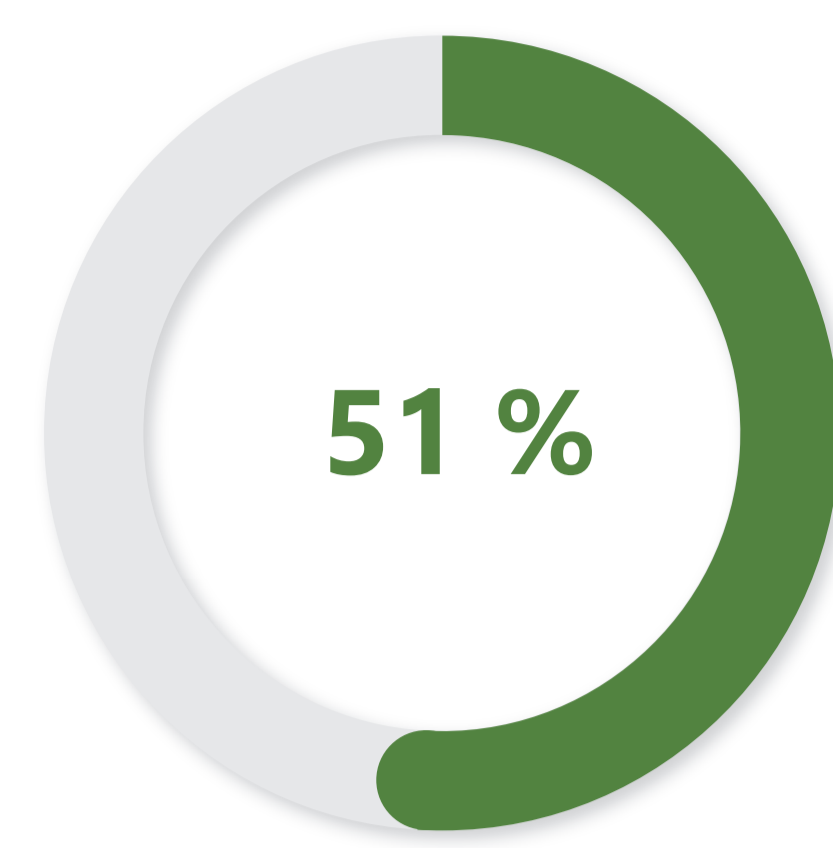
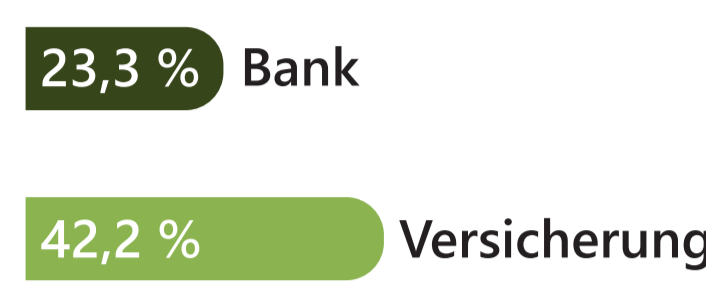
### Kaum verbindliche Handlungsrichtlinien und Ziele in Banken vorhanden



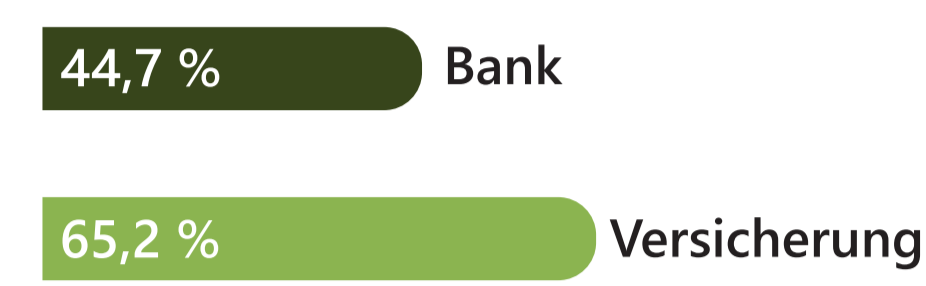
Es gibt klar definierte Klima- und Nachhaltigkeitsziele.



Es gibt verbindliche Handlungsrichtlinien für Klimaschutz und Nachhaltigkeit.



Es gibt einen Nachhaltigkeitsbeauftragten oder eine ähnliche Rolle, die mit dem Thema beauftragt ist.



Zustimmung innerhalb der Top-2-Boxen. N = 148-151

**01** Wo liegt Ihr einzigartiger und nutzenstiftender Beitrag für die Gesellschaft und Welt?

**03** Unterstützen interne Entscheidungsprozesse Ihren Auftrag?

**02** Wofür existiert Ihr Unternehmen?

**04** Wie passen Ihre Produkte und Dienstleistungen zu diesem Auftrag?

### Motivationen zum Setzen von nachhaltigen Aktivitäten

73,5 % Regulatorische Auflagen erfüllen.

73,3 % Reputationsrisiken entgegen wirken.

72,1 % Verantwortung übernehmen und einen wichtigen Beitrag für Gesellschaft und Umwelt leisten.

69,2 % Wettbewerbsposition des Unternehmens stärken.

68,5 % Erwartungen der Öffentlichkeit erfüllen.

66,2 % Positionierung als attraktiver Arbeitgeber.

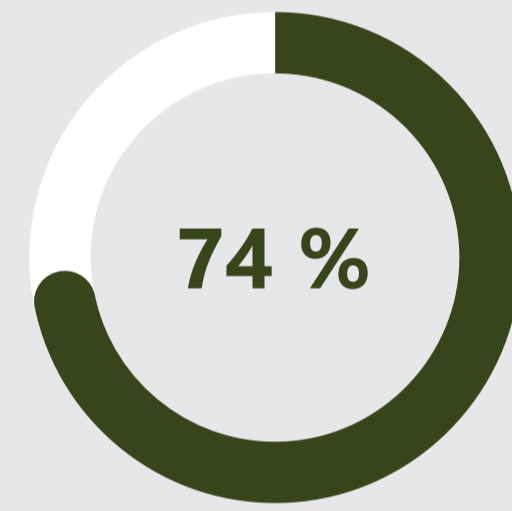
57,8 % Neue Geschäftsfelder, Kundengruppen und Märkte erschließen.

43,2 % Minimierung ökonomischer Risiken (für das Unternehmen), die aus dem Klimawandel entstehen.

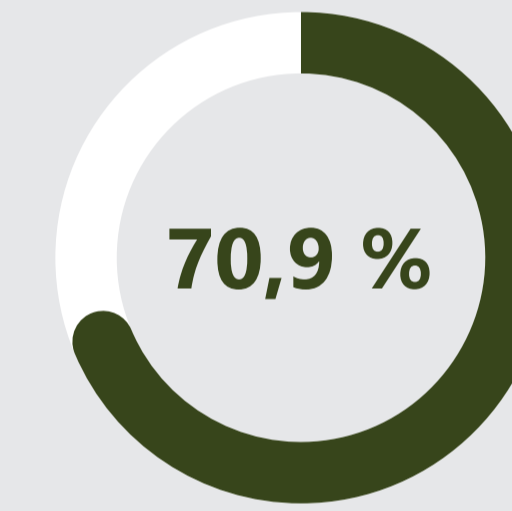
Frage „Wie weit sind ökologisch, ethisch-soziale und governance (ESG) Aktivitäten in Ihrem Unternehmen von folgenden Zielsetzungen motiviert?“ Zustimmung innerhalb der Top-2-Boxen. N = 143-147

### Unterschiedliche Motivation der Branchen

Bank

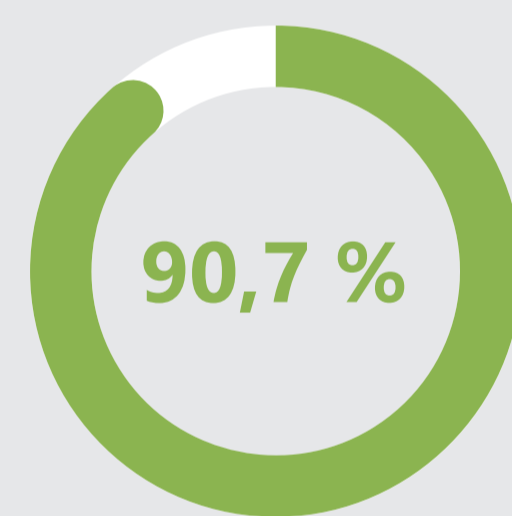


Verantwortung übernehmen und einen wichtigen Beitrag für Gesellschaft und Umwelt leisten.

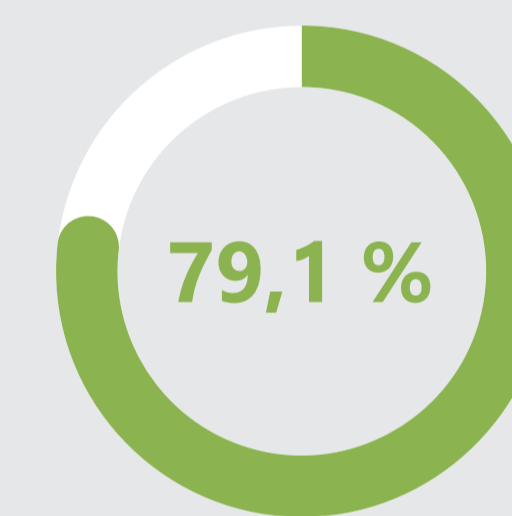


Reputationsrisiken entgegen wirken.

Versicherung



Regulatorische Auflagen erfüllen.



Reputationsrisiken entgegen wirken.

Frage „Wie weit sind ökologisch, ethisch-soziale und governance (ESG) Aktivitäten in Ihrem Unternehmen von folgenden Zielsetzungen motiviert?“ Zustimmung innerhalb der Top-2-Boxen. N = 143-147

### Regulatorik rückt den Faktor „Risiko“ ins Rampenlicht

Umsetzungsstand im Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiko relevanten Informationen\*\*

\*\*N = 90, Basis exklusive der Antwortkategorien „kann ich nicht beurteilen“ & „keine Angabe“

12,2 % noch nicht damit beschäftigt

36,7 % am Sichten der Informationen

30 % in Vorbereitung/ Umsetzung von Maßnahmen

14,4 % Unterlagen gesichtet und Umsetzungsplan aufgestellt

6,7 % Informationen gesichtet, keine Umsetzungsmaßnahmen erforderlich

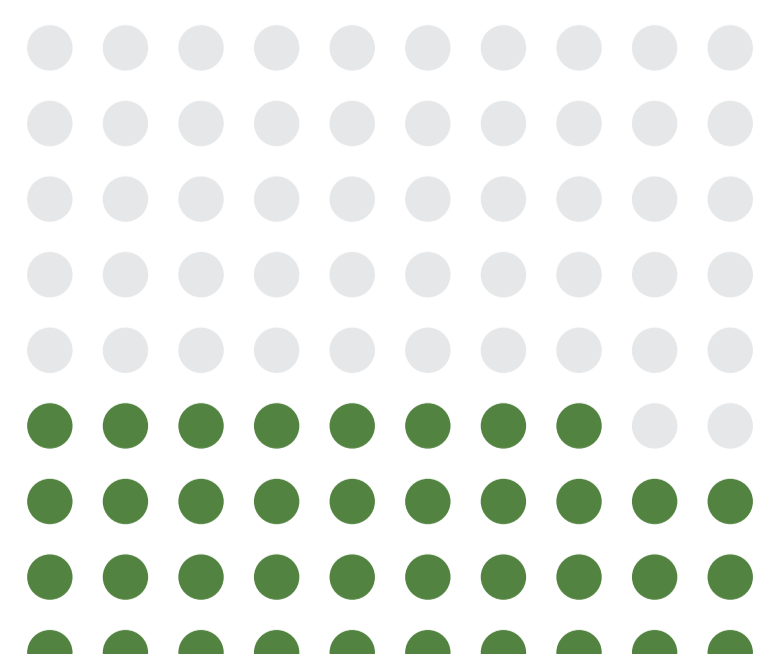
Done

### Informationsfluss von Nachhaltigkeitsrisiken muss mehr gelebt werden

Funktionierende vertikale und horizontale Informationsstrukturen sind für eine erfolgreiche Umsetzung Pflicht, aber bei weitem nicht Alltag. Die Befragungsergebnisse zeigen spürbar Raum für Optimierung.

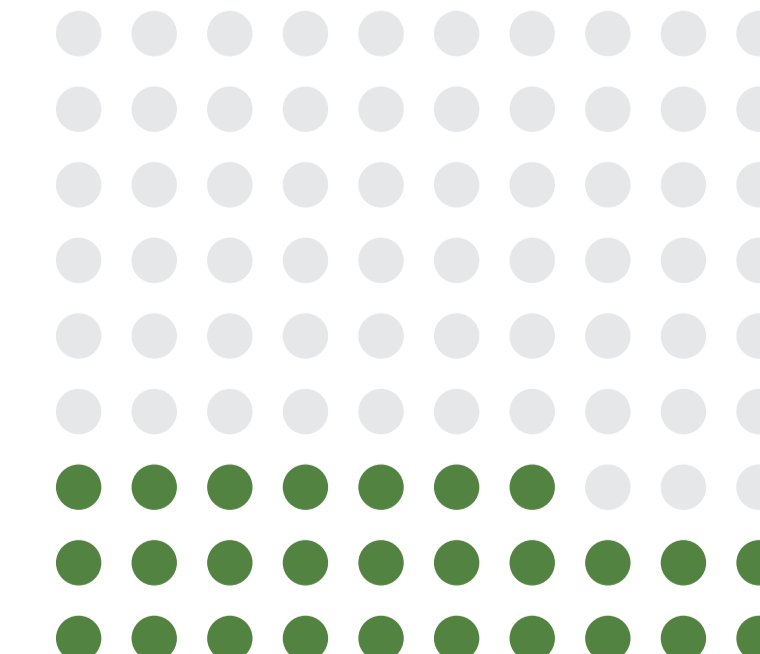
37,8 %

Nachhaltigkeitsrisiken werden systematisch identifiziert und der Geschäftsleitung aufgezeigt.\*



27 %

Der Aufsichtsrat wird regelmäßig über unternehmensspezifische Nachhaltigkeitsrisiken und getroffene Maßnahmen informiert.\*



Zustimmung innerhalb der Top-2-Boxen. N = 148

#### Durchführung

emotion banking®  
Bankenforen Leipzig  
Versicherungsforen Leipzig  
Mindful Finance Institute & Initiative  
Wertvolle Unternehmenskultur

#### Methode

Online-Befragung im März 2020

#### Skalierung

Mittels 5er Intervall (zusätzliche Antwortoption „kann ich nicht beurteilen“)

1 = sehr starke Zustimmung (z.B. trifft vollständig zu)  
5 = sehr starke Ablehnung (z.B. trifft gar nicht zu)

#### Teilnehmer

159 Führungskräfte in Banken und Sparkassen sowie Versicherungsunternehmen in Österreich, Deutschland und Südtirol